

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, D. R. (2018). *Manajemen Pemasaran* (S. Mahdi (ed.); 1st ed.). Penerbit Alfabeta.
- Angipora, M. (2015). *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Angriawan Ferry, M. D. (2019). Efektivitas Pengawasan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terhadap Peredaran Makanan Impor oleh Pedagang UMKM di Kota Pekanbaru Ferry. *Journal of Government and Civil Society*, 3, 47–61.
- Azmi, F. N., & Sarma, M. (2018). Pengaruh Iklan Televisi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Es Krim Magnum. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8(2), 119–132. <https://doi.org/10.29244/jmo.v8i2.19490>
- cci-indonesia.com. (2015). *Perkembangan Pasar Industri Kosmetik Di Indonesia, 2010 – 2015*. Cci-Indonesia.com. <https://cci-indonesia.com/perkembangan-pasar-industri-kosmetik-di-indonesia-2010-2015/>
- duniaindustri.com. (2020). *Pasar Industri Kosmetik Diestimasi Tumbuh 9% Jadi Rp 64,3 Triliun*. Duniaindustri.com. <http://duniaindustri.com/tag/kosmetik/>
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian Kalitatif, Tindakan Kelas, & Studi Kasus*. CV. Jejak.
- Kartajaya, H. (2018). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- kemenperin.go.id. (2013). *Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik*. Kemenperin.go.id. <https://kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik>
- kemenperin.go.id. (2018). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. Kemenperin.go.id. <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengelolaan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Alfabeta.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang PRESSindo.
- Pitri, A. (2019). Pengawasan Peredaran Kosmetik Ilegal Oleh Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan (Bbpom) Di Kota Pekanbaru. *Jom Fisip*, 6(1), 1–15.
- Pradana, M. F., Dimiyati, M., & Subagyo, A. (2019). Analisis Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Waroeng Spesial Sambal “SS” Jember. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 11. <https://doi.org/10.19184/jeam.v18i1.10265>
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengelolaan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Jakat Publishing.
- R.Rahmadhani; P.Apriatni Endang. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia*. *Journal of Social and Politic*, 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/cgi-sys/suspendedpage.cgi>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish Publisher.
- Sari, F. (2018). *Metode Pengambilan Keputusan*. Deepublish Publisher.
- Schiffman, L. & K. (2014). *Perilaku Konsumen*. Indeks.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian* (21st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.
- tribunnewswiki.com. (2020). *PT Paragon Technology and Innovation*. <https://www.tribunnewswiki.com/2020/03/08/pt-paragon-technology-and-innovation>

Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux ( Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1), 1–15.

Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan Dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS* (2nd ed.). STIM YKPN.

Wikipedia.org. (2019). *Iklan televisi*. Id.wikipedia.org.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Iklan\\_televisi](https://id.wikipedia.org/wiki/Iklan_televisi)

www.pom.go.id. (2018). *BPOM Dukung Perkembangan Industri Kosmetika Indonesia*. Wwww.pom.go.id.  
<https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/14226/BPOM-Dukung-Perkembangan-Industri-Kosmetika-Indonesia.html>

