

DAFTAR PUSTAKA

- Harijanto, R. F. (2023). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Evolene Whey Protein Dengan Customer Value Proposition Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.1>
- Istiono, D., & Kurniasih, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wild Original di Kota Majalengka). *JAKSI Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Sistem Informasi*, 3, 229–240.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17e ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15ed ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Harlow : Pearson Education.
- Lakan, F. N. S., & Hartanto, E. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE MSGLOW DAN BRAND AMBASSADOR MARISSYAICHA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MSGLOW PADA FOLLOWERS. *Retorika Jurnal Komunikasi, Sosial, Dan Ilmu Politik*, 1(2), 26–35.
- Mañosca, M. K., Poyaoan, A. K., & Vitug, J. (2022). Impact of Content Marketing on the Brand Image of Selected Unilever’s Personal Care Brands through the Social Media. *Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 107–114. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.13>
- MarkPlus.Inc. (2023). *ZAP BEAUTY INDEX 2023*.
- Mulianingsih, S., Hutajulu, D., & Wahyuningroem, R. (2022). Analisis Pengaruh Virtual Expo dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Produk UMKM “Mapan Kuliner” Depok. *Jurnal Sosial Teknologi (SOSTECH)*, 2(3), 206–211. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v2i3.305>
- Pebriani, W., & Busyra, N. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Era New Normal*. 7(1), 83–89.
- Pramesti, E. A., & Wardhana, A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Minat beli pepsodent di kota bandung. *Journal of Management & Business*, 4(3), 615–627. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.556>

- PT. UNILEVER INDONESIA. (n.d.). *8 Bahan Alami Ini Jadi Rahasia Kulit Cerah Dan Terawat*. Cantikcitra. <https://www.cantikcitra.co.id/articles/8-bahan-alami-ini-jadi-rahasia-kulit-cerah-dan-terawat.html>
- Purnama, Z., & Syahab, M. A. (2023). Pengaruh Efektivitas Iklan, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 1603–1613. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12927>
- Rodgers, E. (2023). *Skincare Statistics and Trends in 2023*. Driveresearch. <https://www.driveresearch.com/market-research-company-blog/skincare-statistics-and-trends/>
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millenial* (R. Franita (ed.)). Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, Hå. (2012). Consumer behaviour. In *The Marketing Book: Seventh Edition* (2nd ed). Pearson Financial Times. <https://doi.org/10.4324/9781315890005>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sukma P, F. R., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Studi Pada Mahasiswa Mahasiswi FE UST Konsumen KFC. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 33–42. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.433>
- Tanuwijaya, W., Tandrayuwana, S., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Minuman Kopi Melalui Motivasi Sebagai Variabel Moderasi Generasi Z Di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(1), 50–58. <https://doi.org/10.9744/jmp.8.1.50-58>
- Top Brand Award. (n.d.). *Komparasi Brand Index*. Top Brand Index. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/
- Vitantri, F. R., Saptianing, S.-, & Hermawan, I.-. (2020). The effect of Innovation Products, Lifestyle and Brand Image on Purchase Decision of Datsun Type Cars. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 6(2), 135–146. <https://doi.org/10.32497/jobs.v6i2.2540>
- Widiyana, S., & Jadmiko, P. (2023). PENGARUH INOVASI PRODUK, BRAND IMAGE, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION MEREK CITRA DI KOTA PADANG. *UBH - Universitas Bung Hatta*.

Wongkar, K., Lumanauw, B., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 431–441. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49014>