

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2014). *Aaker on Branding: 20 Principles That Drive Success*. Garden City: Morgan James Publishing.
- Aaker, D. A., & Moorman, C. (2017). *Strategic Market Management* (11th ed.). Hoboken: Wiley.
- Alqaysi, S. J., & Zahari, A. R. (2022). The Effect of Deceptive Brand Image on Consumer Purchase Intention: Empirical Evidence from Iraqi Market. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(6), 207–217.
- Bergkvist, L., & Taylor, C. R. (2022). Reviving and Improving Brand Awareness As a Construct in Advertising Research. *Journal of Advertising*, 1-14.
- Beverland, M. (2018). *Brand Management: Co-creating Meaningful Brands*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Chernev, A. (2020). *Strategic Brand Management* (3rd ed.). Michigan: Cerebellum Press.
- Dharmmesta, B. S., & Irawan. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Sleman: Deepublish.
- Ferdinand. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghodang, H., & Hantono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*. Deli Serdang: Penerbit Mitra Grup.
- Hosfiar, C. R., Astuti, M., & Iswanto, A. H. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan E-Wom Terhadap Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(10), 4920-4933.
- Husain, R., Ahmad, A., & Khan, B. M. (2022). The impact of brand equity, status consumption, and brand trust on purchase intention of luxury brands. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2034234.

- InCorp Indonesia. (2022, Desember 10). *Cosmetics and Beauty Industry in Indonesia*. Dipetik Desember 12, 2022, dari InCorp Indonesia: <https://www.cekindo.com/sectors/cosmetics>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Upper Saddle River: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, C. N., & Susanto, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Testimoni di Instagram terhadap Minat Beli Konsumen. *Management and Accounting Expose*, 3(2), 98-112.
- Lingga, G. S., Fadhillahi, M., & Cahya, A. D. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone dari Apple di Kota Madya Yogyakarta. *Journal of Islamic Education Management*, 3(1), 120-131.
- Lopes, P., Rodrigues, R., & Varela, M. (2022). Social Networks Clothes Shopping and the Influence of Brand Image and Perceived Benefits on Purchase Intention. *Proceedings of the 9th European Conference on Social Media*, 9, hal. 95-102.
- Lv, L., Yang, J., Gu, F., Fan, J., Zhu, Q., & Liu, X. (2023). Validity and Reliability of a Depth Camera-Based Quantitative Measurement for Joint Motion of the Hand. *Journal of Hand Surgery Global Online*, 5(1), 39-47.
- Machi, L., Nemavhidi, P., Chuchu, T., Nyagadza, B., & Villiers, M. V. (2022). Exploring the impact of brand awareness, brand loyalty and brand attitude on purchase intention in online shopping. *International Journal of Research in Business and Social Scienc*, 11(5), 176–187.
- MS Glow. (2022, Desember 21). *About MS GLOW*. Dipetik Desember 21, 2022, dari MS Glow: <https://msglowid.com/about>
- MS Glow. (2022, Desember 21). *Feel Glow with MS GLOW*. Dipetik Desember 21, 2022, dari MS Glow: <https://msglowid.com/about/brandstory>
- Nanda, D., Sudarwati, & Hamidah, R. A. (2023). Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Brand Trust, Inovasi Produk dan Customer Value: Studi pada Pelanggan Produk MS GLOW di Wonogiri. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1788-1800.
- Natsir, N., & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo di Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 4(1), 1-15.

- Naufal, D. M., & Rahardjo, S. T. (2022). Pengaruh Pemasaran Produk Personal Care Pria Kahf Melalui Internal dan External Social Influencer Terhadap Minat Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(4), 1-15.
- Nitami, D. A., & Asnawi, N. (2023). Pengaruh Product Placement Skincare MS Glow Terhadap Intensi Membeli Dan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Produk Skincare MS Glow Dalam Video Musik Lucinta Luna Feat Dede Satria-Tanpa Status). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 879-886.
- Noviningsih, K. A., Anggraini, N. P., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Indihome di Gianyar. *Values*, 3(2), 598-609.
- Nurhayati-Wolff, H. (2023, Februari 10). *Leading day cream brands Indonesia 2021*. Dipetik Februari 16, 2023, dari Statista: <https://www.statista.com/statistics/1218394/indonesia-day-cream-brand-usage/>
- Nurhayati-Wolff, H. (2023, Februari 10). *Leading night cream brands Indonesia 2021*. Dipetik Februari 16, 2023, dari Statista: <https://www.statista.com/statistics/1218396/indonesia-night-cream-brand-usage/>
- Nurhayati-Wolff, H. (2023, Februari 10). *Leading toner brands Indonesia 2021*. Dipetik Februari 16, 2023, dari Statista: <https://www.statista.com/statistics/1218397/indonesia-toner-brand-usage/>
- Prayogo, A., Fauzi, A., Bagaskoro, D. S., Alamsyah, F. A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., et al. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 754-763.
- PT. Kosmetika Cantik Indonesia. (2022, November 22). *MSGLOW Beauty Tools Apps*. Dipetik Februari 16, 2023, dari Google Play: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.msglow.skinanalyzer>
- PT. Kosmetika Klinik Indonesia. (2023, Februari 6). *MS GLOW Smart Clinic*. Dipetik Februari 16, 2023, dari Google Play: <https://play.google.com/store/apps/details?id=id.msglowclinic.msglowsmartclinic&pli=1>
- Rafid, M., Pramono, S., Fitriyana, Santoso, M. H., & Hanafiah, A. (2022). Analisis Peran Persepsi Risiko dan Brand Trust Terhadap Purchase

Intention Pelanggan Marketplace Tokopedia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 4113–4120.

Ratriani, V. (2022, Juli 2022). *Profil MS Glow dan Pemiliknya, Shandy Purnamasari yang Dijuluki Crazy Rich Malang*. Dipetik Desember 21, 202, dari Kontan.co.id: <https://lifestyle.kontan.co.id/news/profil-ms-glow-dan-pemiliknya-shandy-purnamasari-yang-dijuluki-crazy-rich-malang>

Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.

Setiawan, A. R. (2019). Penyusunan Program Pembelajaran Biologi Berorientasi Literasi Sainifik. *Seminar Nasional Sains & Entrepreneurship VI* (hal. 255). Semarang: Universitas PGRI Semarang (UPGRIS).

Setiawan, A. R. (2022). Menggunakan Topik Fiqh dan Astronomi Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Matematika. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(4), 5291-5296.

Silvia, V. (2021). *Statistika Deskriptif*. Yogyakarta: Andi.

Statista. (2021, Juli 5). *Revenue of the beauty & personal care market in Indonesia from 2017 to 2025 (in million U.S. dollars)*. Dipetik Desember 12, 2022, dari Statista Research Department: <https://www.statista.com/forecasts/1220238/indonesia-revenue-beauty-and-personal-care-market>

Stefanus, & Sutisna, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Camera CCTV Protech terhadap Minat Beli Konsumen PT. Profestama Tehnik Cemerlang di Alam Sutera Tangerang. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 902-909.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumampouw, R., Sumampouw, J., & Pandowo, A. (2022). Pengaruh Electronic Word-of-Mouth terhadap Minat Beli pada Produk Scarlett dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Mediasi. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 111-124.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.

UMK. (2021). *Pedoman Penulisan Skripsi UMK 2021*. Kudus: UMK.

- Wibowo, P. C. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Wijaya, G. P., & Yulita, H. (2022). Pengaruh Konten Marketing, E-WoM, dan Citra Merek di Media Sosial Tiktok terhadap Minat Beli Kosmetik Mother of Pearl. *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 133-142.
- Yuantisya, M. (2022, Maret 24). *Crazy Rich Juragan 99 Blakblakan Soal Asal-usul Kekayaannya dari MS Glow*. Dipetik Februari 16, 2023, dari Tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/1574189/crazy-rich-juragan-99-blakblakan-soal-asal-usul-kekayaannya-dari-ms-glow>

