

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2009). *Managing brand equity*. Free Press.
https://www.google.co.id/books/edition/Managing_Brand_Equity/r_TS Y5sxnO8C?hl=id&gbpv=1&dq=Managing+Brand+Equity&printsec=frontcover
- Adinda, P. (2020, January 31). Kelas Menengah Indonesia Itu Apa, Sih? *Asumsi*.
<https://asumsi.co/post/siapa-yang-dimaksud-kelas-menengah-di-indonesia>.
- Adiono, R & Widiyawati, A. T. (2020). *Manajemen koleksi*. Tim UB Press.
https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Koleksi/KBsIEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Manajemen+Koleksi&printsec=frontcover
- Afriani, A. (2015, Maret). Strategi marketing communication. *Wacana*, 14(1), 87-109.
- Aisyah, S., Halim, F., Kusuma, A. H. P., & Napitupulu, D. (Eds). (2020). *Brand management: esensi, posisi dan strategi*. Yayasan Kita Menulis.
https://www.google.co.id/books/edition/Brand_Management_Esensi_Posisi_dan_Strat/rhbmDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Brand+Management:+Esensi,+Posisi+dan+Strategi&printsec=frontcover
- Aji, A. S. & Marleni, N. N. N. (2018). *Survei kepuasan pelanggan PDAM Kota Balikpapan*. UNIMMA PRESS.
https://www.google.co.id/books/edition/SURVEI_KEPUASAN_PELANGGAN_PDAM_KOTA_BALI/cQOGDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Survei+Kepuasan+Pelanggan+PDAM+Kota+Balikpapan&printsec=frontcover
- Ali, D. S. F. (2017). *Marketing public relations - diantara penjualan dan pencitraan*. Penerbit Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/Marketing_Public_Relations_Diantara_Penj/xlw9DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Marketing+Public+Relations+-+Diantara+Penjualan+dan+Pencitraan&printsec=frontcover
- Amimi, A. N. & Suyanto, A. (2019, April). Analisis perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik lokal di Indonesia. *E-Proceeding of*

Management, 6(1), 208-214.

Amirudin, Purnomo, M. H., & Putri, K. A. (2019, Februari). Korean Wave dalam fanatisme dan konstruksi hidup generasi Z. *Nusa*, 14(1), 125-135.

Anna, L. (2017, November 24). Kosmetik Asal Korea, Clio Professional Hadir di Indonesia. *Lifestyle Kompas*.
<https://lifestyle.kompas.com/read/2017/11/24/131600320/kosmetik-asal-korea-clio-professional-hadir-di-indonesia>

Anshar, M. (2019, Desember). Electronic public relations (E-PR): strategi mengelola organisasi di era digital. *Jurnal Komodifikasi*, 7(2), 200-2013

Chandra, B. (1995). *Pengantar statistik kesehatan*. Buku Kedokteran EGC.
https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Statistik_Kesehatan/rwdnOPHtUakC?hl=id&gbpv=1&dq=Pengantar+Statistik+Kesehatan&printsec=frontcover

Dahlan, A. (2015). Pengertian uji validitas dan reliabilitas secara empirik. *Eurika Pendidikan*. <https://eurekapedidikan.com/pengertian-uji-validitas-dan-reliabilitas-empirik-teoritik>

Dahye, S. (2020, November 14). *Akhirnya aku launching beauty brand di Indonesia*, Hur by SunnyDahye full review [Video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=fFcCCwUuF0s>.

Delgado-Ballester, E., Navarro, A. and Sicilia, M. (2012, Februari). Revitalising brands through communication messages: the role of brand familiarity. *European Journal of Marketing*, 46 (½), 31-51.

Dinisari, M. C. (2018, August 21). 10 pola perilaku berdandan perempuan Indonesia: Lifestyle. *Bisnis*.
<https://lifestyle.bisnis.com/read/20180821/220/830160/10-pola-perilaku-berdandan-perempuan-indonesia>.

Duarte, F. (2019, September 9). Berapa banyak waktu yang dihabiskan rakyat Indonesia di media sosial?. *bbc*. <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-49630216>

- Durianto, D., Sitinjak, T., & Sugiarto. (2014). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Menaklukkan_Pasar_Melalui_Riset/bfhUJTSbapEC?hl=id&gbpv=1&dq=Strategi+Menaklukkan+Pasar+Melalui+Riset+Ekuitas+dan+Perilaku+Merek&printsec=frontcover
- Ekasari, P. & Dharmawan, A. H. (2012, April). Dampak sosial-ekonomi masuknya pengaruh internet dalam kehidupan remaja di perdesaan. *Jurnal Sosiologi Perdesaan*, 6(1), 57-71.
- Fadhila, N. (2020, Januari 31). Instagram vs TikTok. *Yooreka*.
<https://yooreka.id/levelup/instagram-vs-tiktok/>.
- Febriani, G. A. (2020, July 12). YouTuber Korea Sunny Dahye Ungkap Alasan Bikin Vlog Bahasa Indonesia. *Wolipop Detik*.
<https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-5090524/youtuber-korea-sunny-dahye-ungkap-alasan-bikin-vlog-bahasa-indonesia>.
- Firamadhina, F. I. R & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Social Work Jurnal*, 10(2), 199-208.
- Firmansyah, A. M. (2019). *Pemasaran dan merek (planning & strategy)*. CV Penerbit Qiara Media.
[https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Produk_dan_Merek/Fz6nDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Pemasaran+dan+Merek+\(Planning+%26+Strategy\)&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Produk_dan_Merek/Fz6nDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Pemasaran+dan+Merek+(Planning+%26+Strategy)&printsec=frontcover)
- Fitrah, M & Lutfiyah. (2017). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas dan studi kasus*. CV Jejak.
<https://books.google.co.id/books?id=UVRtDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Ghealita, V. (2015). Pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian AMDK merek Aqua (Studi pada masyarakat di Kota Bandung). *Jurnal Riset Manajemen*, 4(1), 1-9.

- Hakki, N. & Rustan, A. S. (2017). *Pengantar ilmu komunikasi*. Penerbit Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Ilmu_Komunikasi/Ezk2DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Pengantar+ilmu+komunikasi&printsec=frontcover
- Harususilo, Y. (2018, September 19). Siswa aktif media sosial Rentan insomnia dan Cemas. *Edukasi Kompas*.
<https://edukasi.kompas.com/read/2018/09/19/19372001/siswa-aktif-media-sosial-rentan-insomnia-dan-cemas>
- Herasafiti, Rr. Dea Febrinda, Rahajeng, Unita Werdi & Sarirah, Thoyyibatus. (2016). Wake up and make up: efek kosmetik wajah dan waktu pemaparan terhadap attractiveness. *Mediapsi*, 2(2),30-37.
- Sekolah Bisnis dan Managemen Institut Teknologi Bandung. (2020, January 27). *Korean waves impacts Korean skincare and food sales in Indonesia*.
<https://www.sbm.itb.ac.id/2020/01/27/korean-wave-impacts-korean-skincare-and-food-sales-in-indonesia/>.
- Indraswari, R. & Septiani, S. (2018, April). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen produk kosmetik halal di kota Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 9(1), 59-73.
- Janti, G, Nabila, N & Persada, S.F. (2018). Analisis deskriptif pengguna kosmetik aktif di Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni Pomits*, 7(1), 18-21.
- Januariyansah, S. (2017, Februari). Analisis desain logo berdasarkan teori: efektif dan efisien. 10.13140/RG.2.2.20543.97448.
- Jayusman, I. & Shavab, O. A. K. (2020, April). Studi deskriptif kuantitatif tentang aktivitas belajar mahasiswa dengan menggunakan media pembelajaran edmodo dalam pembelajaran sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1), 13-20.
- Jupp, V. (2006). *The SAGE dictionary of social research methods*. SAGE Publication Ltd.
https://www.google.co.id/books/edition/The_SAGE_Dictionary_of_Social_Research_M/RyIL-Hi0wFcC?hl=id&gbpv=1&dq=The+SAGE+dictionary+of+social+research+

methods&printsec=frontcover

- Kawengian, D., Lengkey, L. M. E., & Marentek, E. (2014). Peranan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat pengguna iklan di harian komentar Manado. *Journal "Acta Diurna"*, 3(3), 1-14.
- Keller, K. L.. (2013). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity* (3rd ed.). Prentice-Hall, Inc.
- Kemp, S. (2020, February 18). Digital 2020: Indonesia - datareportal – gobal digital insights. *Datareportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Kurniawan, M. P., Sasongko, M. N., & Suyanto, M. (2020). Analisis kombinasi warna pada antarmuka *website* pemerintah Kabupaten Klaten. *Jurnal Teknologi Technoscientia*, 12(2), 125-133.
- Larasati, N. & Santoso, E. D. (2019). Bernakah iklan online efektif untuk digunakan dalam promosi perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28-36.
- Larasati, T. H. (2019, April). Analisis pengaruh sikap konsumen terhadap belanja *online* (studi pada perusahaan Sociolla di Indonesia). *E-Proceeding of Management*, 6(1), 200-207.
- Larassaty, L. (2020, December 14). Hadir secara virtual, ini keseruan acara hingga daftar pemenang Sociolla Award 2020. *Soco*. <https://www.soco.id/post/beauty/5fd72ab8d575783882b77a23/sociolla-award-2020>
- Ludwianto, B. (2020, Februari 21). Riset: 64% penduduk Indonesia sudah pakai internet. *Kumparan*. <https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp/full>
- Malinda, M. (2017). Tingkat brand awareness masyarakat Surabaya terhadap brand baru restoran The Consulate. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(1), 1-13.
- Maulidi, R. A & Yuliati, A.L. (2017, Maret). Pengaruh tingkat brand awareness terhadap minat beli Apple Iphone. *Jurnal ISEI*, 1 (1), 7-18.

- Medina, I. G., Mohamed, N. & Romo, Z. G. (2018, Desember). The effect of cosmetics packaging design on consumers' purchase decisions. *Indian Journal of Marketing*, 48(12), 1-19.
- Mufreni, A. NF. (2016, November). Pengaruh desain produk, bentuk kemasan dan bahan kemasan terhadap minat beli konsumen (studi kasus the hijau serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48-54.
- Nada, E. (2020, December 30). Garden Multi Sleek Pot: Produk Pertama dari House of Hur by Sunny Dahye yang Resmi Hadir di Indonesia! *Cewek Banget Grid*. <https://cewekbanget.grid.id/read/062490513/garden-multi-sleek-pot-produk-pertama-dari-house-of-hur-by-sunny-dahye-yang-resmi-hadir-di-indonesia?page=all>.
- Nastain, M. (2017, April). Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk). *Channel*, 5(1), 14-26.
- Neelankavil, J. P. (2007). *International business research*. M.E. Sharpe, Inc. https://www.google.co.id/books/edition/International_Business_Resear ch/6PeoPwAACAAJ?hl=id
- Nistanto, R. K. (2019, December 23). Sebanyak inilah jumlah pengguna Instagram di Indonesia? *Tekno Kompas*. <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inilah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>.
- Nizamuddin. (2020). *Penelitian berbasis tesis dan skripsi*. Pentera Publishing. https://books.google.co.id/books/about/Penelitian_Berbasis_Tesis_dan_Skripsi.html?id=1D7zDwAAQBAJ&redir_esc=y
- NR, F. (2020, November 20). House of Hur, lini makeup pertama Youtuber Sunny Dahye. *Beautynesia*. [https://www.beautynesia.id/berita-make up/house-of-hur-lini-makeup-pertama-youtuber-sunny-dahye/b-174938](https://www.beautynesia.id/berita-make-up/house-of-hur-lini-makeup-pertama-youtuber-sunny-dahye/b-174938)
- Panchal, H. (2020, March 30). Gen Z loves clean packaging: here's what branding machinists need to know about next generation of branding. *Entrepreneur*. <https://www.entrepreneur.com/article/348390>.

- Pienrasmi, H. (2015, April). Pemanfaatan social media oleh praktisi Public Relations di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 199-210.
- Puspita, Y. (2015, Desember). Pemanfaatan new media dalam memudahkan komunikasi dan transaksi pelacur gay. *Jurnal Pekomas*, 18(3), 203-212.
- Rachbini, W. & Rachbini, D. J. (2020). *Metode riset ekonomi & bisnis (analisis regresi SPSS & SEM-Lisrel)*. INDEF.
[https://www.google.co.id/books/edition/METODE_RISET_EKONOMI_BI_SNIS/ftZ8DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Metode+riset+ekonomi+%26+bisnis+\(analisis+regresi+SPSS+%26+SEM-Lisrel&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/METODE_RISET_EKONOMI_BI_SNIS/ftZ8DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Metode+riset+ekonomi+%26+bisnis+(analisis+regresi+SPSS+%26+SEM-Lisrel&printsec=frontcover)
- Rahardi, K, P. (2017). *Strategi komunikasi pemasaran terpadu (studi deskriptif kualitatif mengenai aktivitas komunikasi pemasaran terpadu Kafe Gulo Jowo di Kota Solo)*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rakhmayanti, I. (2020, February 11). Pengguna TikTok di Indonesia didominasi generasi Z dan Y. *Tekno Sindonews*.
<https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y>.
- Ready, A. (2016, Februari). Penggunaan media online sebagai sumber informasi akademik Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM Fisip*, 3(1), 1-16.
- Redaksi. (2015, March 20). Kevin Keller - Brand Equity, Pengertian, Definisi, Keuntungan Memiliki Brand Equity (1). *Marketing*. <https://marketing.co.id/kevin-keller-apakah-brand-equity-apa-saja-keuntungan-memiliki-brand-equity-2/>.
- Ruliana, V & Ganggi, R. (2019). Pengaruh program wajib kunjungan “Kupu-Kupu Malam” dalam peningkatan minat baca belajar pelajar SMP di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6, 1-10.
- Salsabila, S. N. & Suyanto, AMA. (2020, Februari). Analisis pemetaan e-commerce kecantikan berdasarkan brand equity. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(2), 293-301

- Santrock, J. W. (2010). *Life-Span development thirteen edition*, McGraw-Hill.
- Sople, V. V. & Trott, S. (2016). *Brand equity an Indian perspective*. Prentice Hall India Pvt., Limited.
https://www.google.co.id/books/edition/BRAND_EQUITY_AN_INDIAN_PERSPECTIVE/d9Z4CwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Brand+equity+an+Indian+perspective&printsec=frontcover
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Syana, A. B. (2018, November 15). Seperti apa perilaku konsumen kecantikan Indonesia? *Marketeers*. <https://marketeers.com/seperti-apa-perilaku-konsumen-kecantikan-Indonesia>.
- Tamizhjyothi, K. & Vidhyajawahar. (2016, November & Desember). A study on factors the purchase of beauty care products among female consumers. *International Journal of Engineering and Management Research*, 6(6), 212-215.
- Triningtyas, D. A. (2017). *Survey permasalahan bimbingan dan konseling*. CV. Ae Media Grafika.
https://www.google.co.id/books/edition/SURVEY_PERMASALAHAN_BIMBINGAN_DAN_KONSELING/so9yDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Survey+permasalahan+bimbingan+dan+konseling.&printsec=frontcover
- Tulasi, D. (2012, April) Marketing communication dan brand awareness. *Jurnal Humaniora*. 3(1), 215-222.
- Umar, H. (2005). *Riset sumber daya manusia*. PT Gramedia Pustaka Utama
- Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (*packaging*) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di “Mas Pack” terminal kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi*, 8 (2), 67-76.
- Wira, N. N. (2020, January 28). Indonesian beauty trends to look out for in 2020. *The Jakarta Post*.
<https://www.thejakartapost.com/life/2020/01/28/indonesian-beauty-trends-to-look-out-for-in-2020.html>.

Wiradinata, M. M. (2017). Tingkat brand awareness masyarakat Surabaya terhadap brand baru restoran The Consulate. (Unpublished doctoral dissertation). Universitas Kristen Petra, Surabaya.