

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: Simon & Schuster Ltd.
- Ardhana, S., Putri, S. & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Word of Mouth, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, Vol:6, No:2.
- Ardista, Rini. & Wulandari, Arviana. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. Value: *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol:15, No:2, Hal:1-13.
- Armstrong, Gary & Kotler, Philip. (2012). *Dasar-dasar pemasaran, jilid 1*, Alih Bahasa Alexander Sindono dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Arwanda, Destya, et. al. (2022). Putih yang ideal: Representasi Warna Kulit Perempuan dalam Iklan Kosmetik Vaseline Insta Fair Tahun 2013'. *Jurnal Audiens*. Vol:3, No:1. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. [https://doi.org/ 10.18196/jas.v3i1.11769](https://doi.org/10.18196/jas.v3i1.11769).
- Barnard, C. & Simon, Herbert. A. (1947). *Administrative Behavior: A Study Of Decision-Making Processes In Administrative Organization*. Macmillan, New York.
- Belk, Russell W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, Vol:15, No:2, pp:139-168. Oxford: Oxford University Press.
- Best, Roger J. (2012). *Market-Based Management: Strategies for Growing Customer Value and Profitability 6th Edition, Kindle Edition*. Eugene: Pearson.
- Bettman, James R. (1979). *An Information Processing Theory of Consumer Choice*. United States of America: Addison-Wesley Pub. Co.

- Dewi, Nia. S. & Prabowo, Rokh. E. (2018). *Perfoma Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Gaya Hidup dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik di Kota Semarang)*. *Prosiding SENDI*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Stikubank.
- Dyasti, Ilhamah S. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Lifestyle dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Merek Scarlett Whitening di Kabupaten Kebumen*. *Skripsi*. Kebumen: Universitas Putra Bangsa.
- Febryani, Siska. (2023). *Pengaruh Kepribadian Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Scarlett Whitening Body Lotion*. *Skripsi: Manajemen*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8, Cetakan ke VIII). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indah, D. R., Afalia, I. & Maulida, Z. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra)*. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*. Vol:11, No:1. Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, Kota Langsa. P-ISSN 2089-1989. E-ISSN 2614-1523.
- Juliandi, A. Irfan & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. UMSU PRESS, Medan.
- Kahneman, Daniel & Tversky, Amos. (2019). *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk*. *Paper Econometrica*, Vol:47, Issue:2. Jerusalem: The Hebrew University of Jerusalem.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), daring. (2016). Kuesioner. Diperoleh pada hari Minggu, tanggal 5 November 2023, pukul 16.10 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kuesioner>.

- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), daring. (2016). Persepsi. Diperoleh pada hari Minggu tanggal 5 November 2023, pukul 16.10 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/persepsi>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), daring. (2016). Gaya Hidup. Diperoleh diakses pada hari Minggu, tanggal 5 November 2023, pukul 16.10 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/gaya%20hidup>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), daring. (2016). Harga. Diperoleh pada hari Minggu, tanggal 5 November 2023, pukul 16.12 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/harga>.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (RI). (2018). Sekilas Tentang Indonesia. Diperoleh pada Minggu 5 November 2023, pukul 16.10. dari <https://kemlu.go.id>.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Edisi 12, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12, jilid 1). Jakarta: PT Index kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. & Keller, Kevin. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2013). *Dasar-dasar pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth* (Edition Global Edition). England: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12, Jilid 1 & 2). Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler, Philip. & Armstrong, Gary. (2018). *Principles of Marketing Global*. (17th Edition). London: Pearson Education.
- Lee, S., Illia, A & Lawson-Body, A. (2011). Perceived Price Fairness of Dynamic Pricing. *Journals Industrial Management & Data Systems*. Vol:111. Issue:4. Pp. 531-550. <https://doi.org/10.1108/02635571111133533>.
- Mowen & Minor. (2012). *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Nasir, Muhammad. (1985). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Eresco. Hal 162.
- PDDikti. (2024). Data Pelaporan Jumlah Mahasiswa STIMI Banjarmasin Berdasarkan Tahun Genap 2023. Di peroleh pada 17 Agustus 2024. Dari <https://pddikti.kemdikbud.go.id>.
- Satrio, Budhi. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Image, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Vaseline. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*. Vol:9. No:5. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).
- Sciffman, Leon. G. & Kanuk, Leslie. L. (2008). *Consumer Behaviour Ed.9*. USA: Pearson Prentice Hall.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen* (Cetakan 4, Edisi Revisi). Jakarta: Kencana.
- Setiowat, N. & Farida, I. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Vaseline di Kota Semarang. *Jurnal Economics and Digital Business Review*. Vol:5. Issue:1. Pages 439–452. Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis. Universitas Dian Nuswantoro.
- Shodikin, Rodzi & Rahmawan, Ginanjar. (2021). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Brand dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toko Boze Vape Store Kartasura. *Ecobisma: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, Vol:8, No:2, 46-54. Surakarta: Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Manajemen, Universitas Labuhanbatu.

- Siahainenia, S. & Siahainenia, A. (2023). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Hand & body Lotion Merek Vaseline di Kota Ambon. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Vol:7. No:2. Halaman 4697-4707. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Universitas Pattimura Politeknik Negeri Ambon. ISSN: 2614-6754 (print) ISSN: 2614-3097(online).
- Simamora, Bilson. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Edisi Pertama*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sirgy, M. Joseph. (1982). Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review. *Journal of Consumer Research*. Vol:9. Issue:3. Page:287-300. <https://doi.org/10.1086/208924>.
- Solomon, Michael R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Global Edition 13th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Sugiarto, Eko. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis: Suaka Media (2nd ed.)*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif Dan Konstruktif*. Edited By Y. Suryandari. Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Jakarta: Andi.

Top Brand Award. (2023). Komparasi Brand Index. Diperoleh pada Minggu 18 Februari 2024. dari <https://www.topbrand-award.com>.

Turner, John C. (1987). *Rediscovering The Social Group: A Self-Categorization Theory*. London: Blackwell Pub.