

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D. 1989. *Tehnik Skala Penyusunan Pengukur*. Yogyakarta: Pusat Penelitian Kependudukan UGM
- Backsin, R.B. 2012. "Pengaruh Komunikasi *Word of Mouth* terhadap Minat Beli Khalayak: Studi pada Mahasiswa Universitas Indonesia Depok terhadap Produk Maicih Tahun 2011". *Skripsi*. Depok: Universitas Indonesia.
- Bisnis.com. 2017. 2016 Surplus Perdagangan Kosmetik Korea Selatan Capai 3,1 Triliun Won. <http://m.bisnis.com/kabar24/read/20170627/19/666405/2016surplus-perdagangan-kosmetik-kora-selatan-capai-31-triliun-won>.
- Bisnis.com. 2018. Industri kosmetik diproyeksi naik 7-9% pada 2019. <https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20181210/257/868192/idustri-kosmetik-diperediksi-naik-7-9-2019>.
- Bungin, B. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cheung, C.M.K. dan M. K.O. Lee. 2012. "What Drives Consumers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms". *Decis. Support Syst.*, 53: 218-225.
- Cosmopolitanfm. 2018. Kosmetik Korea Terpopuler 2016. <http://cosmopolitanfm.com/kosmetik-korea-terpopuler-2016/>
- Dinata, Jovita S. Srikandi Kumadji dan Kadarisman Hidayat. 2015. *Country of Origin dan Pengaruhnya Terhadap Persepsi Kualitas dan Minat Beli iPad di Indonesia*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 25, No. 1 : 1-8.
- Evans, D. dan McKee, J. 2010. *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. Sybex.
- Godey, B., Pederzoli, D., Ailleo, G., Donvito, R., Chan, P., Oh, H., et al. (2012). Brand and country-of-origin effect on consumers decision to purchase luxury product (Available online 27 November 2011). *Journal of Business Research* 65 , 1461-1470.
- Ghaizani, Amalia A., Edriana Pangestuti dan Lusya Deasyana Rahma Devita. 2018. *Pengaruh Country of Origin Terhadap Brand Image dan*

Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Skin Care Etude House Di Indonesia). Jurnal Administrasi bisnis (JAB) Vol. 58, No. 2 Mei 2018, 118.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.

Indrayani, Linda dan I Nyoman Nurcaya. 2014. *Peran Persepsi Kualitas Produk dalam Memediasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Niat Beli Handphone Samsung Galaxy di Kota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, Vol. 3, No. 4 : 1-17.

Kemenperin. 2016. *Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik*. <http://kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik>.

Kotlet, et al. 2012. *Marketing Management 14th edition*. New Jersey: Prentice Hall

Kriyantono, R. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Kencana Prenada Media Group.

Lee, C.H. dan Cranage, D.A. 2014. "Toward Understanding Consumer Processing of Negative Online Word-Of-Mouth Communication: The Roles of Opinion Consensus and Organizational Response Strategies". *Journal of Hospitality & Tourism Research*. Vol. 38, No. 3. Hal. 330-360.

Lee, K.T. dan Koo Dong Mo. 2012. "Effects of Attribute and Valence of e-WOM on Message Adoption: Moderating Roles of Subjective Knowledge and Regulatory Focus". *Computers in Human Behavior*. Vol. 28. Hal. 1974-1984.

Lin, L & Chen, C. (2006). *The Influence of The Country of Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decision: An Empirical Study of Insurance and Catering Service in Taiwan*. *Journal of Consumer Marketing*, Vol 23, Iss.5. p. 248-265

Magdalena, Puspita Astria. 2015. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan*

Pembelian (Studi pada pengguna smartphone Samsung). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol.23 No. 1 Juni 2015

MARS Indonesia. 2017. "Studi Pemasaran Produk Kosmetik Indonesia 2017". *Business Report*. MARS Indonesia.

Marketers. 2018. Seperti Apa Perilaku Konsumen Kecantikan Indonesia?. <https://marketeers.com/seperti-apa-perilaku-konsumen-kecantikanindonesia/>

Moleong, L.J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nature Republic global site. 2019. <http://brand.naturerepublic.com/global/en/brand/brandStory>

Neuman, W.L. 2000. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach 4th Edition*. USA: Allyn and Bacon, A Viacom Company.

Prasetijo, R. dan Ihalauw, J.J.O.I. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

Prasetyo, B. dan Jannah, L.M. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Purwanto. 2011. *Evaluasi Hasil Belajar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sangadji, E.M. dan Sopiah. 2010. *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Schiffman dan Kanuk. 2000. *Costumer Behaviour*. Internasional Edition Prentice Hall.

Sekaran, U. 2006. *Research Methods for Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Simamora B. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, M.1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.
- Son, Sunmi dan Thongdee Kijboonchoo, (2016). "The Impact Of Korean Wave On The Purchase Intention Of Korean Cosmetics Of Thai People In Bangkok And Chonburi Tahiland", PSAKUIJIR, Vol 5, hal 76-83
- Sugiarto *et al.* 2001. *Tekning Sampling*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. 2006. *Metode Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gadjah mada University Press.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryabrata, S. 1983. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: CV. Rajawala.
- Usman, H. dan Akbar, R.P.S. 2003. *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Vianita, Sabrina. 2014. Pengaruh *Country Of Origin* Terhadap *Brand Image* Kosmetik Korea Selatan pada Mahasiswi Program Sarjana Fisip UI. Skripsi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga FISIP UI. Diakses pada selasa, 3 April 2018. <http://lontar.ui.ac.id/naskahringkas/2016-06/S55017-Shabrina%20Vianita> [ONLINE].

