

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, M. (2017, Januari). Consumers Demand on Halal Cosmetics and Personal Care Products in Indonesian. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 9(1), 125-142.
- Ampofo, A. (2014). Effects of Advertising on Consumer Buying Behaviour: With Reference to Demand for Cosmetic Products in Bangalore, India. *New Media and Mass Communication*, 29(3), 22-36.
- Andriani, N. F., & Setiawan, A. H. (2020). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Penggunaan Produk Skincare Korea Selatan dan Lokal. *Diponegoro Journal of Economics*, 9(4), 1-8.
- Arsyad, L. (2017). *Ekonomi Pembangunan dan Pembangunan Ekonomi*. Retrieved from <http://www.pustaka.ut.ac.id>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Pendapatan Nasional Indonesia 2016-2020*. Jakarta: BPS RI.
- BPS Kota Serang. (2021). *Kota Serang Dalam Angka 2021*. Kota Serang: Badan Pusat Statistik.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Ersoy, N. F., Yolal, M., & Batmaz, B. (2015). Cosmetic Consumption of Metropolitan Males in a Developing Country. *Journal Studia Universitatis Babes-Bolyai Negotia*, 60(3), 5-22.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). New York: McGraw Hill, Inc.
- Hasan, M., & Azis, M. (2018). *Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat : Strategi Pembangunan Manusia dalam Perspektif Ekonomi Lokal*. CV. NUR LINA.
- Hidayati, S. (2019). *Teori Ekonomi Mikro*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif : Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

- Kalyani, S. R. (2021). Impact of Covid-19 on Personal Care Products in India: A Study With Special Reference to Beauty and Cosmetic Products and Personal Hygiene Products. *A Multidisciplinary Peer Reviewed Journal*, 7(2), 39-44.
- Kementerian Perindustrian. (2018). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Kementerian Perindustrian. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Khan, Z. (2020). Impact of Sales Promotion, Advertising and Direct Marketing On Sale of Cosmetic Products. *Journal of Marketing Strategies*, 2(1), 20-34.
- Khuong, M. N., & Duyen, H. T. (2016, April). Personal Factors Affecting Consumer Purchase Decision towards Men Skin Care Products- A Study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 7(2), 44-50.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R* (1st ed.). Jakarta: Kencana.
- Kusdiyanto. (2005, Juni). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Wanita Modern Terhadap Permintaan Konsumsi Kosmetik di Kota Surakarta. *Benefit : Kumpulan Makalah Diskusi Dosen FE UMS*, 9(1), 61-70.
- Mankiw, N. G. (2009). *Principles of Microeconomics* (5th ed.). Cengage Learning.
- Martarahayu, S., Hermawan, A., & Winarno, A. (2019). Decision Factors for Purchasing Local Cosmetic Products. *European Journal of Business and Management*, 11(21), 104-111.
- Nuraini, I. (2016). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Malang: UMM Press.
- Oxford Learner's Pocket Dictionary* (4th ed.). (2011). Great Clarendon Street, Oxford: Oxford University Press.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2013). *Microeconomics* (8th ed.). New Jersey: Pearson.
- Pusat Komunikasi Publik Kementerian Perindustrian. (2015). *Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015 – 2035*. Jakarta: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- Rani, N. S., & Krishnan, K. S. (2018, October). Factors that Influence Malay Students in Purchasing Skincare Products in Malaysia. *Journal of Business and Retail Management Research*, 13(1), 15-21.

- Rapanna, P., & Sukarno, Z. (2017). *Ekonomi Pembangunan*. Makassar: CV SAH MEDIA.
- Republik Indonesia. (1998). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 445/MENKES/PER/V/1998 tentang Bahan, Zat, Pengawet, dan Tabir Surya pada Kosmetika Bab 1 Pasal 1 Angka 1*. Jakarta: Menteri Kesehatan Republik Indonesia.
- Riska, Komariah, K., & Jhoansyah, D. (2020, Juli). Purchase Intention pada Produk Skincare. *Syntax Idea*, 2(7), 255-263.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- S, A. S. (2018). A Study on Factors Influencing Cosmetic Buying Behavior of Consumers. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 118(9), 453-459.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2009). *Economics*. New York: McGraw Hill International Enterprise.
- Santoso, A. B. (2018). *Tutorial dan Solusi Pengolahan Data Regresi*.
- Sastro, D. E. (2012). Demand Analysis of Cosmetic Products in Sari Ayu Martha Tilaar Pekanbaru.
- Shkurkin, D. V., Shevchenko, E. V., Egorova, E. A., Kobersy, I. S., & Midova, V. O. (2017). The Evolution of Characteristics of Gender Stereotypes in Modern Advertising as a Reflection of Consumer Demand. *Pertanika Journal Social Sciences & Humanities*, 179-194.
- Siahaan, A. M. (2015). Analisis Permintaan Masyarakat Terhadap Produk Kosmetik Oriflame di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 2(2), 1-11.
- Sukirno, S. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar* (3rd ed.). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Tranggono, R. I., & Latifah, F. (2013). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wijesundera, G., & Abeysekera, R. (2010). Factors Influencing The Demand of Beauty Soap Among Female Consumers in The Greater Colombo Region (Thesis). University of Kelaniya. Sri Lanka.