



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Esser, F., Vliegenthart, R. (2017). *Comparative research methods*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, P., Amstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. Seventeenth ed. Britania Raya: Pearson Education.
- Kusrianto, A. (2009). *Pengantar desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Andi.
- Landa, R. (2004). *Advertising by design: creating visual communications with graphic impact*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Margono, S. (2007). *Metodologi penelitian pendidikan: Komponen MKDK*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Morissan. (2010). *Periklanan: komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Pease, A., Pease, B. (2004). *The definitive book of body language*. New York: Bantam Dell.
- Roco, J. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif: Jenis, karakteristik dan keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sobur, A. (2013). *Semiotika komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Supriyono, R. (2010). *Desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika komunikasi: Aplikasi praktis bagi peneliti dan skripsi komunikasi (2<sup>nd</sup> edition)*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.

## Internet

Garnier. About garnier. Dari <https://www.garnier.co.uk/withingarnier/about-garnier>. Diakses pada 22 Mei 2019

Intana, L. (2012). Pasar kosmetik pria 2 kali lipat. Diunduh dari <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/pasar-kosmetik-pria-naik-2-kali-lipat>

Katon. (2017). Standar ketampanan cowok di berbagai negara. ternyata cewek indonesia paling nggak banyak maunya. Diunduh dari <https://www.hipwee.com/hiburan/cowok/standar-ketampanan-cowok-di-berbagai-negara-ternyata-cewek-indonesia-paling/nggak-banyak-maunya/>

L'Oreal Indonesia. Diunduh dari <https://www.loreal.co.id/>

Pramita, E. (2017). Industri kecantikan di indonesia alami pertumbuhan pesat. Diunduh dari <https://majalahkartini.co.id/berita/industri-kecantikan-di-indonesia-alami-pertumbuhan-pesat/>

Rahayu, E. M. (2016). Wow, indonesia pasar pertumbuhan utama industri kecantikan ASEAN. Diunduh dari <https://swa.co.id/swa/business-strategy-wow-indonesia-pasar-pertumbuhan-utama-industri-kecantikan-asean>

Sumaryati, S. (2014). Survei nielsen: Produk perawatan pria semakin menjadi kebutuhan. Diunduh dari <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/survei-nielsen-produk-perawatan-pria-semakin-menjadi-kebutuhan>

Suzuki, T. (2017). Dasar-dasar kamera #14: Posisi dan sudut. Diunduh dari <https://snapshot.canon-asia.com/indonesia/article/id/camera-basics-14-position-and-angle>

Wicaksono, B. D. (2017). Ini 10 definisi cantik yang mengejutkan dari berbagai negara. Diunduh dari <https://www.idntimes.com/life/women/bayu/definisi-cantik-dari-berbagai-negara/full>

Wisnubrata. (2017). Apa definisi perempuan cantik? Diunduh dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2017/06/14/135648020/apa.definisi.perempuan.cantik>.

