

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2012). *Marketing Research*. John Wiley & Sons.
- Andrianto, N., & Fianto, A. Y. A. (2020). Brand Image Among the Purchase Decision Determinants. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(3). <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i3.2546>
- Auli, A. L., & Waloejo, H. D. (2023). Pengaruh Green Product dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sariayu Martha Tilaar Kota Semarang. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 12, Issue 2).
- Baeva, D. Y. (2011). *Strong Brands: How Brand Strategy and Brand Communication Contribute to Build Brand Equity*.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Wiley Global Education US.
- Camelia, Z. (2007). *Analisis Pengaruh Perluasan Merek Terhadap Citra Merek Produk Perluasan Dengan Citra Merek Induk Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Filma Di Surabaya*.
- Claudia, B. (2023). *Pengaruh Personal Branding Jaehyun NCT terhadap Minat Beli Merchandise*.
- Cosmopolitan. (2022). *9 Brand Skincare dan Makeup Lokal yang Vegan, Natural atau Organik*.
<https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/11/2022/30029/9-brand-skincare-dan-makeup-lokal-yang-vegan-natural-atau-organik>
- detik.com. (2023). *Ekspor Produk Sensatia Botanicals Tembus 30 Persen Pasca Pandemi*.
- Dholakia, R. R., & Acciardo, L. A. (2014). Branding a State University: Doing It Right. *Journal of Marketing for Higher Education*, 24(1).
- Fausan, R. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada VDB Petshop Malang)*.
- Fitriya, E. (2017). *Analisis Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Jossey-Bass.

- Hakim, R. H., & Idris. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Go-Ride di Kota Bandung). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 6(1), 1–11.
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Heding, T., & Knudtzen, C. F. (2009). *Brand Management: Research, Theory and Practice*. Routledge.
- Kapferer, J.-N. (2008). *The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term*. Kogan Page Publishers.
- Kotler, P., & Gertner, D. (2002). Country as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective. *Journal of Brand Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Marketing Management*. Pearson.
- Kristiyanto, N. P., & Ulfa, N. S. (2022). Pengaruh Citra Merek Green and Clean Beauty dan Terpaan Electronic Word of Mouth (e-WOM) di Twitter Terhadap Tingkat Keterlibatan Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Lokal Avoskin.
<http://www.fisip.undip.ac.id>
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenada Media.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2011). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good*. Sage Publication Inc.
- Levitt, T. (1983). The Globalization of Markets. *Harvard Business Review*.
 The Globalization of Markets
- Lindawaty. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek PT Alfa Scorp II Marelan Medan. *STIE Professional Manajemen College Indonesia*.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research*. Pearson.
- Mayer, R. C. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust*.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Peter, P. J., & Olson, J. (2000). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. McGraw Hill.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 8).

- Saragih, R. (2013). *Brand Image dan Tingkat Kepercayaan Konsumen: Vol. X* (Issue 3).
- Sarudin, R. (2021). Pengaruh Branding Abang None Jakarta Utara Terhadap Peningkatan Promosi 12 Destinasi Wisata Pesisir Jakarta Utara. *JMPP*, 4(2).
- Sensatia. (2023). *About Us*. <https://www.sensatia.com/id/about/>
- Sensatia. (2024). *Produk Alami Hairstyle Pria untuk Penataan Rambut yang Lebih Sehat dan Natural*. <https://www.sensatia.com/id/blog/produk-alami-hairstyle-pria-untuk-penataan-rambut-yang-lebih-sehat-dan-natural/>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutisna. (2022). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA