



## DAFTAR PUSTAKA

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### Buku:

1. Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler. (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 12, Buku 1, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Ghozali, Imam (2018), *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi :9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi : 17, England: Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi : 15e, United States of America: Pearson Education.
- Tjiptono, Fandy (2019), *Strategi Pemasaran*, Edisi : 1, Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Uma, Sekaran dan Roger Bougie (2017), *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi: 6, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Umar, Husein. (2019), *Metode Riset Manajemen Perusahaan*, Jakarta: PT.Gramedia.

### Jurnal:

- Alicia, Chelsea, Siagian, Valentine (2020), “*Pengaruh Brand Image dan Karakteristik Produk Laneige Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa UNPAR)*”
- Amilia, Suri dan Asmara, M. Oloan Nst (2017), “*Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Xiaomi di Kota Langsa*” *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.6, No.1.
- Farenzia, Siska, Raymond (2020), “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Grab*” *Jurnal manajemen Bisnis (JMB)*, Vol. 33, No.1.
- Huda, Nurul (2020) “*Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar*” *Jurnal Asy-Syarikah* Vol. 2 No.1.
- Margery, Errie, Alfonsius, Suryani, Wan (2019) “*Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Moda Transportasi Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Medan*” *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)* Vol. 31 No. 1.



Perwitasari, Dwi Atmi, Paramita, Eristia Lidia (2020) *“Product Placement on Korean Drama As An Effective Tool for Brand Positioning (Case Study : Laneige)”* Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis Vol 4 No 1 (2020).

Sukma Wijaya, Bambang (2013), *“Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication”*, European Journal of Business and Management, Vol. 31.

ZAP (2020), *“Beauty Index 2020”*

Zulaicha, Santri, Irawati, Rusda (2016) *“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam”* Jurnal Inovasi dan Bisnis, Vol. 4 No. 2.

#### Website:

[https://id.wikipedia.org/wiki/Gelombang\\_Korea](https://id.wikipedia.org/wiki/Gelombang_Korea)

<http://pulsenews.co.kr/view.php?year=2017&no=262637>

<https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/441769/director-of-amorepacific-indonesia-umsan-jeong>

<https://www.jawapos.com/ekonomi/bisnis/14/04/2019/strategis-bisnis-kerajaan-kosmetik-korea-amorepacific/>

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/20/161758326/perempuan-indonesia-pilih-produk-kecantikan-dari-korea-bagaimana-dengan>

<https://www.womanblitz.com/beauty-brand-asal-korea-selatan-yang-viral-1360.html>

<https://en.wikipedia.org/wiki/Laneige>

<https://pelakubisnis.com/2020/02/kosmetik-impor-menggerogoti-pasar-dalam-negeri/>

<https://shopee.co.id/laneigeofficialshop>

<https://www.laneige.com/id/id/laneige-story/story/story.html>

<https://www.apgroup.com/my/en/investors/amorepacific-corporation/ir-reports/audit-reports/audit-reports.html>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.