

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1997). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York: Free Press.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity : Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.
- Aaker, D. A. (2008). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York : Free Press.
- Annisa, V. (2013). Gelombang Globalisasi Ala Korea Selatan. *Jurnal Pemikiran Sosiologi Volume 2. No 2, 73-74*.
- Ballester, & Aleman. (2005). Does Brand Trust Matter To Brand Equity. *Journal of Product & Brand Management*.
- Belch, & Belch, M. (2001). *Advertising and Promotion: An. Integrated Marketing Communication Perspektif Fourth Edition* . Boston: McGraw Hill.
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge Sharing Problems from the Viewpoint of Intergeneration Management. *In ICMLG2016 - 4th International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016 (p.42)*.
- Beutynesia.id. (2016, November 6). *Wajib Punya! Best Selling Produk Kecantikan Korea di 2016*. Diambil kembali dari beutynesia.id/9590
- Bilkey, & Nes. (1982). Country Of Origin Effects in Product Evaluations . *Journal of International Business Studies, 10*.
- Budiarto, & Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Internasional*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Chung, S. (2012). Consumer Decision : The Impact of Word of Mouth. *International Journal of Organizational Innovation, 4 (3), pp: 188, 195*.
- Cosmopolitanfm. (2016). *Kosmetik Korea Terpopuler 2016*. Diambil kembali dari <http://cosmopolitanfm.com/kosmetik-korea-terpopuler-2016/>

- DailySocialID. (2018, 2 2). *Karakter Gen Z untuk Strategi Pemasaran*. Dipetik 06 16, 2019, dari <https://dailysocial.id/post/karakter-gen-z-untuk-strategi-pemasaran>
- Fathoni, F., Ahmad Fauzi DH, & Hidayat, K. (2013). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Ekuitas Merek (Survey pada Pelanggan Hotel Pelangi Malang). *Vol 4. No 2*.
- Franseda, N. (2018, December 8). *Nature Republic siap merambah ke kota-kota kecil*. Dipetik February 7, 2019, dari <https://industri.kontan.co.id/news/nature-republic-siap-merambah-ke-kota-kota-kecil>
- Ghozali. (2005). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketiga*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Erlangga.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Hasan, G. (2018). Analisis Pengaruh Country of Origin Image dan Brand Equity Dimensions Terhadap Brand Equity. *Journal of Accounting & Management Innovation, Vol. 2 No.1*.
- Keegan, & Green. (2013). *Global Marketing*. Harlow: Pearson.
- Kemenperin. (2018). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. Jakarta: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- Keni, & Octaviani, W. (2018). Intergenerational Communication, Country of Origin dan Word of Mouth (WOM) Untuk Memprediksi Brand Equity. *DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 13 No. 2*.
- Kotler, & Armstrong. (2014). *Principles of Marketing : Global Edition*. England: Person.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Marketing Management Edisi 14 Global Edition*. Pearson Prantice Hall.

- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dialih bahasakan oleh Benjamin Molan*. Jakarta: PT Indeks.
- KumparanSTYLE. (2018, January 20). *Nature Republic Buka Gerai Pertamanya di Indonesia*. Diambil kembali dari <https://kumparan.com/@kumparanstyle/nature-republic-buka-gerai-pertamanya-di-indonesia>
- Kupperschmidt, B. R. (2000). *Multigeneration Employees*. Strategies for Effective.
- Lyons, S. (2004). An Exploration of Generational Values in Life and At Work. *ProQuest Dissertations and Theses*, 441-441.
- Malhotra, N. K. (2009). *Relationship marketing, customer satisfaction and loyalty: a theoretical and empirical analysis from an asian perspective*.
- Malhotra, N. K. (2010). *Riset Pemasaran (Marketing Research) (Edisi 4 Jilid 1)*. New Jersey Indonesia: PT Indeks.
- Mannheim, K. (1952). *Essays on the Sociology of Knowledge*. London: Routledge and Kegan.
- MIX Marketing Communication. (2016, August 5). *Ramai Brand Korea Bertarung di Pasar Kosmetik, Siapa Menang?* Diambil kembali dari <http://mix.co.id/marcomm/news-trend/ramai-brand-korea-bertarung-di-pasar-kosmetik-siapa-menang>
- Murtiasih, S. S. (2013). How Word of Mouth Influence Brand Equity For Automotive Products in Indonesia. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 81(1) .
- Murtiasih, S. S. (2014). Impact of Negara asaland Word of Mouth on Brand Equity. *Marketing Intelligence and Planning*, 32(5), 616-629.
- Naeem, B, Bilal, M., & Naz, U. (2013). Integrated Marketing Communication: A Review Paper. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 124-133.
- Nastiti, A. D. (2010). Korean Wave di Indonesia : Antara Budaya POP, Internet, dan Fanatismme Pada Remaja Studi Kasus terhadap Situs Asian Fans Club di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Antarbudaya. *Journal of Communication*. 1 (1), pp 1-23.

- Panda, & Misra. (2014). Impact of Country of Origin Image on Brand Equity a Study on Durable Products in India. *Journal of Social and Behavioral Sciences*.
- Pramita, Y., & Harto, S. (2016). Pengaruh Hallyu Terhadap Minat Masyarakat Indonesia. *JOM FISIP Vol. 3 No. 2*.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2006). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi*.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian*. Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Supranto, & Limakrisna. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- SWAonline. (2016, Agustus 1). *Memfaatkan Fenomena Korean Wave!* Dipetik Desember 20, 2018, dari <https://swa.co.id/swa/my-article/memanfaatkan-fenomena-korean-wave>
- Tapscott, D. (2008). *Grown up digital: How the Net Generation is Changing Your*
- Tranggono, R., & Latifah, F. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tulasi, D. (2012). Marketing Communication and Brand Awareness. *Humaniora*, 3(1), 215-222.
- Umar. (1999). *Metodologi Penelitian : Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM.

Yasin, N., Noor, M., & Mohammad, O. (2007). Does Image of Country of Origin Matter to Brand Equity? *Journal of Product and Brand Management* 16 (1), 38-48.

ZAP Clinic. (2018, Desember 21). *ZAP Beauty Index*. Jakarta: ZAP Clinic.
Diambil kembali dari www.zapclinic.com

