

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilita, D., & Listyani, R. H. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @ mostbeautyindo , @ Bidadarisurga , dan @ papuan _ girl). *Paradigma*, 04(03), 1–13. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/viewFile/16891/15348>
- Azwar, S. (2019). *dasar - dasar psikometrika*.
- Conner, M., & Sparks, P. (2011). *ambivalence and attitudes*. August 2012, 37–41.
- Costarelli, S., & Colloca, P. (2004). The effects of attitudinal ambivalence on pro-environmental behavioural intentions. *Journal of Environmental Psychology*, 24(3), 279–288. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2004.06.001>
- Damanik, T., Etnawati, K., & Padmawati, retna siwi. (2011). *Persepsi Remaja Putri di Kota Ambon Tentang Risiko Terpapar Kosmetik Berbahaya dan Perilakunya Dalam Memilih dan Menggunakan Kosmetik*. 27(1), 1–9.
- Damayanti, R. (2018). *pengaruh sikap terhadap proses keputusan konsumen dalam menggunakan kosmetik korea*. 1–26.
- Dewinda, C., & Tanti, S. (2021). *Hubungan antara Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik Lipstick Maybelline Caesarani*. 5(2), 11–17.
- Droms, C., & Cracium, G. (2014). *Digital Commons @ Butler University The Impact of Attitudinal Ambivalence on Weight Loss Decisions : Consequences and Mitigating Factors The impact of attitudinal ambivalence on weight loss decisions : Consequences and mitigating factors*.
- Elissa, I. (2013). *ANALISIS FAKTOR - FAKTOR KEPUTUSAN*

- PEMBELIAN VIA INTERNET PADA TOKO ONLINE. *J@TI Undip*, VIII(3), 143–152.
- Fraenkel, jack r., Wallen, norman e., & Hyun, H. h. (2012). *How Design And Evaluate Research In Education*.
- Hadiansyah, G. (2015). *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Merek Dengan Pengambilan Keputusan Membeli Pada Konsumen*.
- Halpern, D. F. (2014). *thought and knowledge an intruduction to critical thinking*.
- Hohman, Z. P., Crano, W. D., & Niedbala, E. M. (2016). Attitude ambivalence, social norms, and behavioral intentions: Developing effective antitobacco persuasive communications. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 209–219. <https://doi.org/10.1037/adb0000126>
- Hutasuhut, A. (2020). *Problematika sikap keberagamaan siswa muslim pada smp negeri 3 sipirok*.
- Indarti. (2010). *ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN KOSMETIKA DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PEMUTIH WAJAH*. 13(4).
- Indonesia, K. P. R. (2018). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. Kemenperin.Go.Id. <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>
- Jainuri, M. (2019). *Pengantar Aplikasi Komputer (SPSS)* (Issue June).
- Junita, S. (2015). *HUBUNGAN BRAND IMAGE DENGAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE SERIES*.
- Katrin, intan lina, Setyorini, D., & Masharyono. (2016). *pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di restoran javana bistro Bandung*. 246–254.
- Kusumaningrum, aditya putri. (2017). *korelasi sikap terhadap perokok dengan intensitas merokok pada mahasiswa*.

- Kusumawati, Y., & Herlena, B. (2014). Hubungan antara persepsi terhadap kelompok referensi dengan pengambilan keputusan membeli produk kosmetika tanpa label halal pada mahasiswi muslim. *Jurnal Psikologi Integratif*, 2(1), 100–109. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/PI/article/view/227/222>, diakses 2 September 2018
- Laarde, ganis achun. (2017). *HUBUNGAN PERSEPSI DAN SIKAP SISWA KELAS II PADA MATA PELAJARAN PKn DI SD KANISIUS BANTUL YOGYAKARTA*.
- Liputan6. (2020). Baru Launching, Brand Kosmetik Lokal ini Disangka dari Korea. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4375373/baru-launching-brand-kosmetik-lokal-ini-disangka-dari-korea>
- Mara, M. N., & Kusnandar, D. (2013). *Kajian sifat distribusi normal bivariat*. 02(2), 127–132.
- Nadina, F. (2019). *HUBUNGAN ANTARA PERBANDINGAN SOSIAL DENGAN CITRA TUBUH MAHASISWI* (pp. 15–16). http://www.ghbook.ir/index.php?name=فرهنگ و رسانه های نوین&option=com_dbook&task=readonline&book_id=13650&page=73&chhashk=ED9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component
- Oktaviani, K. (2021). Pensil Alis Tahan Lama dari Brand Lokal. *Wolipop*. <https://wolipop.detik.com/sale-and-shop/d-5358112/5-rekomendasi-pensil-alis-tahan-lama-dari-brand-lokal>
- Pang, J., Keh, H. T., Li, X., & Maheswaran, D. (2016). “Every coin has two sides”: The effects of dialectical thinking and attitudinal ambivalence on psychological discomfort and consumer choice. *Journal of Consumer Psychology*, 27(2), 218–230. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2016.10.001>
- Panjaitan, B. R. (2021). Nagita Slavina Launching Produk Kosmetik, Intip Harganya Yuk! *Beautynesia*. <https://www.beautynesia.id/berita-make-up/nagita-slavina-launching-produk-kosmetik-intip-harganya-yuk/b-210037>

- Periantalo, J. (2016). *penelitian kuantitatif untuk psikologi*.
- Priyono. (2016). *metode penelitian kuantitatif* (Vol. 4, Issue 3).
<http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>
- Putri, L. S., & Sakti, H. (2015). *HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM MENGGUNAKAN PRODUK SKIN CARE PADA MAHASISWI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS DIPONEGORO*. 4(April), 121–125.
- Raihan. (2016). *Pengambilan keputusan dalam kepemimpinan manajemen dakwah*. 22(34), 65–78.
- Ruhamak, M. D. (2016). *Analisis faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk air minum merk aqua*. 1(1), 38–49.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 108–122.
- Santrock, J. W. (2012). *Perkembangan Masa Hidup Edisi Ketigabelas Jilid II*.
- Saputra, A. (2018). *Hubungan kematangan emosi dengan pengambilan keputusan menikah pada mahasiswa s1*.
- Siddiqi, U. I., Sun, J., & Akhtar, N. (2019). The role of conflicting online reviews in consumers' attitude ambivalence. *Service Industries Journal*, 40(13–14), 1003–1030. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1684905>
- Sipilä, J., Herold, K., Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2017). The influence of word-of-mouth on attitudinal ambivalence during the higher education decision-making process. *Journal of Business Research*, 80(November 2016), 176–187. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.014>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Syahrums, & Salim. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF* (p. 184).

- Triawan, ahadien sunu. (2010). *Hubungan antara sikap dan keputusan membeli produk merek lokal pada konsumen.*
- Wibowo, A. E. (2017). *ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK.* 4(2), 101–112.
- Yoebrilianti, A. (2018). *pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli prduk fashion dengan gaya hidup sebagai variabel (survei konsumen pada jejaring sosial).* 8, 20–41.
- ZAP Clinic Index, & MarkpPlus. (2020). ZAP Beauty Index 2020. *Zap Clinic Index*, 1–36. <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>

