

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, C., & Widiartanto. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Love terhadap Brand Loyalty O. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2).
- Aaker, D. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Ahdiat, A. (2023, April 04). Laba Bersih PT Unilever Indonesia Tbk (2019-2022). Diambil kembali dari [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/04/04/meski-pendapatannaik-laba-unilever-menyusut-pada-2022](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/04/04/meski-pendapatannaik-laba-unilever-menyusut-pada-2022)
- Alhulail, H., Dick, M., & Abaresi, A. (2018). The Influence of Word-of-Mouth on Customer Loyalty to Social Commerce Websites. *International Conference on Information Resources Management. CONF-IRM 2018 Proceedings*. 49., October, 1–7.
- Ali, H., & Alqudah, O. M. A. (2022). The effects of influencer marketing on overall brand equity through brand awareness and customer brand engagement. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 651–658. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.4.007>
- Althuwaini, S. (2022). The Effect of Social Media Activities on Brand Loyalty for Banks: The Role of Brand Trust. *Administrative Sciences*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/admsci12040148>
- Anang, F. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- Beno, J., Silen, A. P., & Yanti, M. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 pada Kegiatan Ekspor Impor (Studi pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Teluk Bayur). *Saintek Mairitim*, 22(2-02–2022), 117–126. <https://jurnal.unimar-amni.ac.id/index.php/JSTM/article/view/314/147147252>
- Bozbay, Z., & Karakuş Başlar, E. (2022). Impact of Brand Trust on Brand Loyalty: Mediating Role of Brand Affect. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 803–828.
- Budhi, S. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. In *Bab II Kajian Pustaka* (Vol. 12, Issue 2004).
- Charamulloh, A. D. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY : STUDI PADA PERUSAHAAN PROVIDER DIGITAL BY.U. Jakarta: repository.uinjkt.ac.id.
- Coaker. (2021). *Branding With Images : The Ultimate Guide to Grow Your Business With Images : How to Build a Strong Brand Image*. New York:

Independent Publisher.

- DAM, T. C. (2020). Influence of Brand Trust, Perceived Value on Brand Preference and Purchase Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.939>
- Deka, R. E., Nurhajati, & Rachma, N. (2019). *PENGARUH BRAND ASSOCIATION DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST PADA START UP FINTECH OVO*. 4, 96–107.
- Dewi, I. L., & Prabowo, B. (2023). *Purchase Decisions Of Scarlett Whitening Products Through Brand Awareness As Intervening Variables (Study On Scarlett Whitening Consumers In Surabaya City) Pengaruh Digital Marketing , Celebrity Endorsement Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. 4(4), 3905–3913.
- Gabriel, J. E. (2021). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FORESTHREE COFFEE KERTAJAYA*. Surabaya: <http://repository.upnjatim.ac.id>.
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100102. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>
- Hantika, S., Farida, N., & Widiartanto, &. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Produk Merek Wardah Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 175–183. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, A. R., Ustiawaty, J., Utami, E. fatmi, Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In H. Abadi (Ed.), *LP2M UST Jogja* (I, Issue March). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta. https://www.researchgate.net/profile/Hardani-Msi/publication/340021548_Buku_Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif/links/5e72e011299bf1571848ba20/Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif-Kuantitatif.pdf
- Haudi, Handayani, W., Musnaini, Suyoto, Y. T., Prasetio, T., Pital-Oka, E., Wijoyo, H., Yonata, H., Koho, I. R., & Cahyono, Y. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961–972. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.015>
- Hasibuan, L. (2022, November 04). Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi. Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902->

33385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi

- Hayati, R. (2023, Juni 12). Pengertian Definisi Operasional, Tujuan, Manfaat, dan Contohnya. Diambil kembali dari penelitianilmiah.com: <https://penelitianilmiah.com/definisi-operasional/>
- Hendrayanti, S., & Terini, U. (2021). the Impact of Brand Image, Brand Trust and Brand Awareness on Aqua Loyalty Brand. *Jurnal Capital*, 3(2), 116–133.
- Hendrayanti, S., & Terini, U. (2021). the Impact of Brand Image, Brand Trust and Brand Awareness on Aqua Loyalty Brand. *Jurnal Capital*, 3(2), 116–133.
- Highlight Media. (2020, November 11). 9 Perusahaan Kosmetik Terkenal di Dunia dengan Jangkauan Global. Diambil kembali dari highlight.id: <https://highlight.id/perusahaan-pabrik-kosmetik-kecantikan-terkenaldunia-jangkauan-global/>
- Huda, O. K., & Nugroho, A. T. (2020). Pengaruh Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Oppo Dimediasi Kepercayaan Merek. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 141. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.436>
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Brand Characteristic, Company Characteristic and Consumer Brand Characteristic Terhadap Trust in a Brand Aqua Di Kecamatan Lamongan. *Jurnal Ekbis*, 21(1), 24. <https://doi.org/10.30736/je.v21i1.321>
- Jastine, V. (2021). Pengaruh dari Brand Trust, Brand Image, dan Reputation terhadap Brand Loyalty Kopi Lokal di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(5), 459. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i5.13274>
- Kasiha, W. N. T., Lumanauw, B., Raintung, M. C., Experience, P. B., Commitment, A., T, D. A. N. B. T., Brand, T., Pada, L., Café, K., Di, N., Manajemen, J., Ekonomi, F., Kasiha, W. N. T., Lumanauw, B., & Raintung, M. C. (2023). *Jurnal EMBA Vol . 11 No . 3 Juli 2023 , Hal . 644-655. 11(3), 644–655.*
- Khoo, K. L. (2022). A study of service quality, corporate image, customer satisfaction, revisit intention and word-of-mouth: evidence from the KTV industry. *PSU Research Review*, 6(2). <https://doi.org/10.1108/PRR-08-2019-0029>
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjarn. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Manyanga, W., Makanyeza, C., & Muranda, Z. (2022). The effect of customer experience, customer satisfaction and word of mouth intention on customer loyalty: The moderating role of consumer demographics. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2082015>
- Meissy, F. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja

- Karyawan Pada Kedai 27 Di Surabaya. *Jurnal AGORA*, 7(1).
- Moedasir, A. (2023, Januari 28). Brand Trust adalah: Pengertian, Manfaat, dan Indikator. Diambil kembali dari majoo.id: <https://majoo.id/solusi/detail/brand-trust-adalah>
- Mutia, A. (2022, Desember 05). Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022. Diambil kembali dari [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroketpendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183triliun-pada-2022](https://databoks.katadata.co.id/databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroketpendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183triliun-pada-2022)
- Navianti, D. R., Ayu, P., Krisna, G., Ryanto, S. S., Transportasi, P., Bali, D., & Kangin, B. (2023). *Identification of loading and unlocking process time at Denpasar goods terminal*. 4(1), 57–66.
- Nawawi, S., & Riptiono, S. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Association Terhadap Brand Equity dengan Brand Loyalty sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Le Minerale di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 167–182.
- Nurchayyo, B., & Riskayanto, R. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(1), 14. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>
- Oktavianus, P. W. (2023, Januari 09). Salah Satu Kota Terkecil di Indonesia Ternyata Ada di Jawa Timur, Inilah Sejarah hingga Potensi Daerahnya. Diambil kembali dari [surabaya.jatimnetwork.com: https://surabaya.jatimnetwork.com/nasional/pr-526492688/salah-satukota-terkecil-di-indonesia-ternyata-ada-di-jawa-timur-inilah-sejarahhingga-potensi-daerahnya](https://surabaya.jatimnetwork.com/nasional/pr-526492688/salah-satukota-terkecil-di-indonesia-ternyata-ada-di-jawa-timur-inilah-sejarahhingga-potensi-daerahnya)
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). the Effect of Brand Awareness, Brand Image and Word of Mouth on Brand Trust and Establishment of Brand Loyalty in C'Bezt Friedchiken Customers, Sub District Genteng, Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(2), 269–282.
- Permana, A. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP BRAND LOYALTY DI RESTORAN SATE TAICHAN GORENG SURABAYA. Surabaya: <http://repository.upnjatim.ac.id/>.
- Priansa, D. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Putra, I. W. G. G. P., & Sulistyawati, E. (2019). Peran Brand Trust Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(7), 4328.

<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i07.p12>

- Putri, D. A. U., & Muhajirin, M. (2020). Pengaruh Sales Promotion Girl Smartphone Vivo Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Bima. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 110–114. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/202>
- Putri, S. I. N., Selvy, Roles, G. H., & Ellen, A. (2019). Pengaruh Rekrutmen Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Budi Raya Perkasa. *Jurnal Maznajemen*, 5(1), 71–80.
- Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Fiesta Di Kota Padang. *Jurnal Agrica*, 11(2), 70–78. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/agrica>
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Ririn, P. A., & Harti. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Loyalitas Merek Pada Klinik Kecantikan Nanisa Jombang. ... *Manajemen Dan Ekonomi ...*, 9(2), 1307–1313.
- Sahir, S. H. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022.*
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *CV SAH MEDIA, Makassar* (Vol. 3).
- Samsudin, A., Hidayat, R., Manurung, Z. M., Ayu, A. W., Prameswari, M. A., & Restiatin, R. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Desain Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Emas. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 626–631. <https://doi.org/10.47467/elmutjama.v3i3.2847>
- Sasikirana, S. E. A., & Rusdianto, R. Y. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Produk White Diary. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10384–10391. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3364>
- Siti Maimunah, R. (2020). Pengaruh Security, Brand Name dan Word of Mouth terhadap Brand Trust pada Pembelian Produk Nature Republic Soothing and Moisture Aloe Vera 92% Soothing Gel (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Unimal. *Jurnal Visioner & Strategis*, Vol.9 No.1, 9.
- Sofwan, S. V., & Octaviyanti, S. (2020). pengaruh pendapatan asli daerah dan sisa lebih pembiayaan anggaran terhadap belanja modal badan badan pengelolaan keuangan dan asset kota Bandung periode 2010-2018. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi UNIBBA*, Vol. 11(3), 120.

- Sterie1, W. G., Massie2, J. D. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 3139–3148.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif. Dalam Metode Penelitian Kualitatif* (hal. 68). Bandung: Alfabeta.
- Supiyandi, A., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers' Purchasing Decisions. *CommIT Journal*, 16(1). <https://doi.org/10.21512/commit.v16i1.7583>
- Surajiyo, Nasruddin, & Paleni, H. (2020). Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Pengaruh Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Kecamatan Lubuklinggau Selatan I Dan Selatan Ii. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi UNSRAT*, 7(3), 3–3.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wiwaha, R. P. (2022). Data Penjualan 7 Brand Body Lotion di Marketplace: Scarlett Masih di Peringkat Atas! Diambil kembali dari compas.co.id: <https://compas.co.id/article/body-lotion-di-marketplace/>
- Yuliantika, V. (2018). Pengaruh Aktivitas Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Sosiologi Kelas XI IPS MAN 2 Pontianak. *Artikel Penelitian*, 5(2), 1–8.
- Zhang, X. (2020). The Influences of Brand Awareness on Consumers' Cognitive Process: An Event-Related Potentials Study. *Frontiers in Neuroscience*, 14(June), 1–7. <https://doi.org/10.3389/fnins.2020.00549>