

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, C. A., Perbawasari, S., & Budiana, H. R. (2018). *Cyberbranding Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness Shopee Indonesia*. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(2), 72–86. <https://doi.org/10.33884/commed.v2i2.471>
- Andharesti, A., & Nirawati, L. (2023). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sereal Sarapan Pagi Energen*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(1), 170–179. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i1.2190>
- Ariadi, Akbar, Yusniar, Meina Wulansari, Rifani, A. (2019). *PENGARUH BRAND AWARENESS , BRAND LOYALTY , PERCEIVED QUALITY , BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Scoopy Pada Dealer Honda Di Kota Banjarmasin)*. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(3), 252–268.
- Armanto, R., Islamiah, B., & Gunarto, M. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Mie Instan*. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 3(2), 2745–7257. <https://instantnoodles.org>
- Aulia, M. M. (2015). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Association dan Perceived Quality sebagai Variabel Mediasi*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dendeng, E. V., Ellitan, L., & Handayani, Y. I. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Pada Produk Face Wash Merek Wardah Di Surabaya*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 12(1), 17–26. <https://doi.org/10.33508/jumma.v12i1.4710>
- Diva, H., & Mery, T. (2021). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Pada Skincare Merek Somethinc Di Kota Padang*. 2020, 6–13. <http://repo.bunghatta.ac.id/id/eprint/9198>
- Illahi, S. K., & Andarini, S. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya*. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1684–1697. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i6.1206>
- kemenperin. (2023). *Perubahan gaya hidup dorong industri kosmetik Indonesia*. *Kementrian Perindustrian Republik Indonesia*. <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Khatimah, H. K., & Komalasari, D. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty PIXY Cosmetics Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening*. *Optimal: Jurnal Ekonomi ...*,

- 16(1), 16–33.
<https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/optimal/article/view/4451>
<https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/optimal/article/download/4451/2485>
- Kominfo. (2022). *Pertumbuhan e-Commerce Indonesia*. Skalanews Kominfo.
https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media
- Lola Valimsya, Januaridin, H. A. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pengguna Blibli.Com (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Prima Indonesia Medan)*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3, 2752–2761.
- Marcin, E., Andriyanti, Y., & Prabowo, B. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Pengaruh Pembentukan Brand Loyalty Produk Hydrasoothe Sunscreen Gel terhadap Azarine*. 6(1), 305–317.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3007>
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Regita, E. P. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce*. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123.
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Miati. I. (2020). *Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian kerudung deenay (studi pada konsumen Gea Fashion Banjar)*. *Abiwara*, 1(2), 71–83.
- Mubasit, M. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Ngabiso, F. Radji, D. . & K. U. (2021). *Pengaruh brand image, brand trust terhadap brand loyalty pada produk air minuman dalam kemasan merek aqua (studi pada konsumen AMDK merek aqua di Kota Gorontalo)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 71–83.
- Nur Alfia1 Jojok Dwiridotjahjono. (2023). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah : Studi pada Pelanggan Lipstik Wardah di Surabaya*. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, Volume 5(1), 32–44.
- Pandiangan, M. M. A. (2021). *Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity : brand trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
- Paramitha, M. P. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Brand Awareness Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 18(1), 1–18.
- Permatasari, N. B. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Go-Jek di Kecamatan Wonocolo Surabaya*. *Skripsi*, 1–115.
- Pertiwi, A. R., Djawahir, A. H., & Andarwati, A. (2017). *PENGARUH BRAND*

- EXPERIENCE TERHADAP BRAND SATISFACTION, BRAND TRUST DAN BRAND LOYALTY (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya).** *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 20–35. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i2.1355>
- Pramudita, R., Chamidah, S., & Wahyuningsih, D. W. (2022). **Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Satisfcation Terhadap Brand Loyalty Pengguna Marketplace Tokopedia.** *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(2), 238–248. <https://doi.org/10.24269/iso.v6i2.1243>
- purnomo A. & Oktaria, E. . (2019). **Pengaruh karakteristik mere, karakteristik perusahaan dan karakteristik merek pelanggan terhadap loyalitas merek kosmetik lipstik wardah pada mahasiswi Universitas bandar lampung.** *Ilmu Administrasi*, 11(1), 1–69.
- Riyadi, A. Y. & N. S. & R. (2022). **Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman.** *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 16, 190–195. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i2.33582>
- Salsabila, A. F., & Utomo, S. B. (2023). **PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN.** *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, No. 5 Vo;.12, 1, 1–6.
- Sari, A. H. P., Nurman, & Haeruddin, M. I. W. (2022). **Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyaitas Konsumen Pada Skincare Scarlet.** *Pinisi Journal of Art, Humanity & Social Studies*, 2(6), 53–62.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). **Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar.** *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- 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/elmujtama.v3i3.2847>
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). **Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan.** *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Skintific Official*. (n.d.). <https://www.skintific.id/>
- Subastiyanti, M. A., & Sutedjo, B. (2022). **pengaruh variabel Brand Image, Brand Awareness and Brand Trust terhadap variabel Brand Loyalty (Studi pada pengguna produk kosmetik Wardah).** *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 10(2), 163–170.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Alfabeta Bandung.
- Sulistika, N., & Utami, B. dan E. M. (2022). **PENGARUH BRAND AWARENESS DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP BRAND LOYALTY YANG DIMEDIASI OLEH BRAND IMAGE (Studi pada Konsumen Wardah Kosmetik di Kabupaten Purworejo)**. 1–20.
- Utomo, I. W. (2017). *Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda)*, VIII, 76–84 Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/>. VIII(1), 76–84.
- Utomo, Ichsan Widi. (2017). **PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOPPING (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda)**. *Komunikasi*, VIII(1), 78. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>
- Wilujeng, S. R., & Edwar, M. (2014). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 2(2), 15.
- yuliantari, nurhidayati, sugiyah. (2020). *brand loyalty perawatan wajah (skincare) wardah gentle face wash*. *Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 186–191.