

## DAFTAR PUSTAKA

- Acai, S. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*.
- Adisty, N. (2020). *Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat*.
- Adrian, J.A., & zeplin, J. H. T. (2017). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust AGORA. Jurnal Bisnis Vol. 5, No. 3, 1–14*.
- Afifah, E. N. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Brand Loyalty Pada Susu Ultramilk (Studi Pada Konsumen Susu Uht Ultramilk Di Kabupaten Jombang)*. *Jurnal Kajian Ekonimi dan Bisnis Islam Vol. 4, No. 1, 177-189*.
- Alfia, N., & Dwiridotjahjono, J. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah*. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 5(1), 138–151*. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i1.1289>
- Arief, M., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Merek dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survei pada Warga Kelurahan Penanggung Konsumen Produk Aqua di Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 44, Issue. 1, 151-163*.
- Bheben, O. (2020). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army*. *Jurnal Politeknik Pos Indonesia, 1–12*.
- Budhi, S. (2021). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 6–25*.
- Candra, Novia, S., Amil, I. (2019). *Loyalitas Merek ( Studi Kasus Kepada Konsumen Telkomsel Di Kantor PT Grapari Mataram*. *Journal Ummat, 29–42*.
- Cardoso, A., Gabriel, M., Figueiredo, J., Oliveira, I., Rêgo, R., Silva, R., Oliveira, M., & Meirinhos, G. (2022). *Trust and Loyalty in Building the Brand Relationship with the Customer: Empirical Analysis in a Retail Chain in Northern Brazil*. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 1-13*. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030109>
- Chairunnisa A. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Sariayu di Kelurahan Rangkapan Jaya Baru, Depok*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, 150-165*.
- Chuenban, P., Sornsaruht, P., & Pimdee, P. (2021). *How brand attitude, brand quality, and brand value affect Thai canned tuna consumer brand loyalty*. *Journal WIMA Vol. 7, No. 2*. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06301>
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Promgram IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Yogyakarta: Badan Penerbit Undip.
- 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>
- Hariyawati S & Mega, A.W. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membli Produk Jam Tangan merek Casio*. *Jurnal Kajian Ekonimi dan Bisnis Islam Vol. 4, No. 1*, 190-200.
- Hastono. (2019). *Pengaruh Citra Merek Kosmetik Maybelline Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Carrefour Cabang Tangerang City*. *Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 1 No.2*, 43–51.
- Hertiwi, K. S., Ariani, N. &, & Gunaedi A. J. (2021). *Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek*. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Vol. 2 No.1*.
- Irwanto, L. R. H. (2020). *Mengenal Arti Skincare dan Tahapan Merawat Kulit*. *Journal Komunikasi Vol. 11 No. 2*, 119–128. [https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/viewFile/8366/pdf\\_1](https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/viewFile/8366/pdf_1)
- Kalolo S. (2022). *Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Di Camp James Remboken*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi Vol. 10 No. 4*, 382–392.
- Kartika Sari, R., Yulisetiari, D., & Sudaryanto. (2022). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 10 No. 2*, 115–126.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo*. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia) Vol. 6*, 1-16. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Lestari, D. A., & Nurhadi, N. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek Produk Kosmetik Wardah di Surabaya Selatan*. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi Vol. 7 No. 2*, 22–30. <https://doi.org/10.31869/me.v7i2.2714>
- Mubasit. (2012). *Manajemen Pemasaran. Lampung: UIN Raden Intan*
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran. Semarang: EF Press Digimedia*
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Serta Word of Mouth Terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C 'Bezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi*. *Journal of Economic, Bussiness and Accounting (COSTING) Vol. 1 No. 2*, 269–282.
- Pamungkas, R. D. (2019). *Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek sepatu NIKE di Surabaya*. *Journal of Business and Banking, Vol. 9 No. 1*, 25-37. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i1.1950>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Vol. 2 No. 4*, 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Putra AS. (2018). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek*

- (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Smartphone Lenovo di DIY).** *Journal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI) Vol. 7 No. 3*, 252-260.
- Putri Saktian Anisha. (2021). **Magnificent Most Wanted Beauty - Maybelline: Brand Kosmetik Nomer Satu di Dunia Hadir di 120 Negara dengan Makeup Berteknologi Tinggi.** *Journal Manajemen dan Bisnis UAJY*, 171-186.
- Rizky. (2021). **Sejarah Panjang Maybelline New York jadi produk Kosmetik Mendunia.**
- Rusdi H.N. (2022). **Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.** *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, Vol. 6 No. 4*, 1722–1738. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1072>
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). **Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan.** *Jurnal Manajemen, Vol. 6 No. 1*, 1–6.
- Sulfarid. (2021). **Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Air Minum Kemasan Merek Aquado.** *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS) Vol. 2 No. 2*, 106–116. <https://doi.org/10.51875/jibms.v2i2.186>
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). **Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek.** *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Vol. 3 No. 2*, 25–41. <http://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/view/3194>
- Suryani S, Rosalina, S. S. (2019). **Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada SStartup Business Unicorn Indonesia).** *Journal of Business Studies Vol. 2 No. 2*, 50–62. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Tondang & Silalahi. (2022). **Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smarthphone Android.** *Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Humaniora Vol. 1 No. 2*, 92–99.
- Uyun, I.N, & Puspitadewi, N. W. S. (2019). **Hubungan Antara Citra Merek Dengan Loyalitas Merek Pada Mahasiswa Psikologi Unesa Pengguna Kosmetik X.** *Jurnal Penelitian Psikologi Vol. 8 No.1*, 122-135.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). **Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen( Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu P.** *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 5 No. 1*, 44–48.
- Wahyu L. N. A. (2020). **Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang.** *Holistic Journal of Management Research Vol. 1 No. 1*, 183-196.