

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mujid, A. A. (2021). **Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah.** *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara.*
- Ade Risman Rivai, T. A. (2017). **Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.** *Jurnal Bisnis dan Komunikasi, 29-37.*
- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi.* Malang: AE.Publishing.
- Alvina, M. (2020, Oktober 30). *Spire Insight : Potensi Pasar Kosmetik Indonesia.*  
Retrieved from <https://www.google.com>
- Atmogo, Y. D. (2021). **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty.** *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan.*
- Caroline, O. (2018). **Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Pada Merek Imaparts.** *AGORA.*
- Demografi. (2018, Juni 8). *Jumlah Penduduk Perempuan Indonesia pada 2018 Mencapai 131,9 Juta Jiwa.* Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/>.
- Dianawanti, V. (2022, Oktober 3). *Fimela Awards Local Beauty & Personal Care Product of The Year: ESQA Cosmetics Jadi Makeup Vegan Lokal Pertama, Tembus Pasar Asia Tenggara.* Diambil kembali dari <https://www.fimela.com/>.
- Dian, M. (2022, September 1). *Mengulik Kunci Keberhasilan Kezia Toemion Membangun ESQA Cosmetics Bersama sang Sahabat.* Retrieved from <https://journal.sociolla.com/>.
- Dyka Kusuma Dewi, A. E. (2023). **Pengaruh Brand Image Dan Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty (Studi pada Konsumen Wardah di Kota Jakarta).** *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 246-254.*

- Effendi, Z. (2017, September 18). *Surabaya Kebut Pencocokan Jumlah Penduduk Hingga Akhir Tahun*. Diambil kembali dari <https://news.detik.com/>.
- Farid Al Rizky, M. A. (2019). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Adidas Pada Chelsea Indonesia Supporter Club (Cisc) Di Depok*. *Jurnal Manajemen*, 1-12.
- Firmansyah, M. A. (2019). **PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)**. In Q. Media. Surabaya.
- Ghozali, I.( 2020). *Partial Least Square (Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris)*. Semarang: Universitas Diponegoro Malang.
- Gima, E. (2017). *Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung)*. *Journal Maranatha*.
- Gusti Bagus Yopi Brangsinga, T. G. (2019). *Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Dan Brand Equity*. *E-Jurnal Manajemen*, 2125–2151.
- Ikrimah, N. D. (2023). *Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Risk terhadap Minat Beli Produk Private Label Alfamidi*. *Repository UPN Jatim*, 1-82.
- Indrasari, M. (2019). **PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**. Surabaya: Unitomo Press.
- Khadafi, A. O. (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, Business and Accounting*, 269- 282.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Sidoarjo: Mitra Abisatya.
- Muhammad Yusuf Saleh, M. S. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. Makassar: CV Sah Media.
- Musnaini. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri.

- Olivia Caroline, R. K. (2018). **Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Brand Satisfaction* Pada Merek Imaparts .** *AGORA*, 1-5.
- Putra, A. Z. (2023). **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sepatu Converse (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur).** *Repository UPN Jatim*.
- Rahmawati, A. (2022). **Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Perceived Quality*, Dan *Brand Experience* Terhadap *Brand Loyalty* Pada Air Mineral Aqua Di Solo Raya.** *eprints.ums*.
- Sinambela, E. A. (2022). **Loyalitas Merek Milo Ditinjau dari Kualitas Produk dan *Brand Image*.** *Jurnal Simki Economic*, 155-164.