

DAFTAR PUSTAKA

- Alvina, M. (2020). *Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia*. Diakses pada 15 Oktober 2023, dari <https://technobusiness.id/insight/spire-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Annur, C. M. (2023) *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Diakses pada 15 Oktober 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Barbotti, I. (2020). *Tiktok Marketing*. Milano: Ulrico Hoepli Editore.
- Bhasmara Putra, I. B. G., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). Peran Kepercayaan Merek Memediasi Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Berpindah Merek. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6346.
- Christyawan, H., & Sukresna, I. M. (2020). Peningkatan Brand Satisfaction dan Brand Trust Berbasis Brand Value Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Pengguna Apple Iphone di Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 75–91.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. London: Pearson Education Limited.
- Dwicahyani Putri, Henny Welsa, G. K. A. (2022). The effect of social media marketing, perceived quality on brand loyalty, with brand trust as intervening variables. *Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 677–686.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98.
- Fandy Tjiptono, A. D. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota malang. *Management and Business Review*, 3(2), 116–123.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hidayah, A. (2019). Pengaruh social media marketing terhadap brand loyalty melalui customer engagement pada wardah cosmetics (Studi pada pengikut akun instagram @wardahbeauty). *Jurnal Mahasiswa FEB*, 7(1), 1–17.

- Illahi, S. K., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Brand Equity melalui Brand Loyalty Provider Telkomsel di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 653–663.
- Kasiha, W. N. T., Lumanauw, B., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh Brand Experience, Affective Commitment, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Cafe Ngopi Jo Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 644–655.
- Kereh, F., Tumbel, A. L., Loindong, S. S. R., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 968–977.
- Khalis, V. M., Komariah, K., & Mulia, F. (2022). Analisis Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *COSTING : Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2), 857–865.
- Khuong, M. N., & Tran, N. T. (2018). The Impacts of Product Packaging Elements on Brand Image and Purchase Intention - An Empirical Study of Phuc Long's Packaged Tea Products. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 9(1) 8-13.
- Kotler, P dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kustiawan, W., Nurlita, A., Siregar, A., Siregar, S. A., Ardianti, I., Hasibuan, M. R., & Agustina, S. (2022). *Media Sosial Dan Jejaring Sosial. Maktabatun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 2(1), 26–30.
- Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(1), 97–111.
- Meirista, D. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan memilih kuliah di stieb perdana mandiri (studi kasus pada mahasiswa stieb perdana mandiri). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(2338–0411), 110–124
- Nurjanah, F., & Muhartini, S. (2021). Pengaruh Brand Heritage Yang Dimediasi Oleh Brand Loyalty Penggunaan Ponsel Cerdas Iphone. *Management Insight*, 16(1), 81–94.

- Prawira, A. . N. D. N., & Setiawan, P. Y. (2021). Pengaruh brand image Terhadap customer Loyalty Pelanggan Sepatu Merek. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 10(12), 1305–1324.
- Purnamasari, E., & Ismunandar. (2020). The Influence of Social Media on Interest To Buy Online (Case Study of Stie Bima Students). *Jurnal Ekonomi Balance*, 16(1), 42–51.
- Riyanto, A. D (2023, 18 April). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. Diakses pada 20 Desember 2023, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Rizky Dermawan, F. H. M. P. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(July), 2266–2274.
- Skintific (2023). *Product Skintific*. Diakses pada 20 Desember 2024, dari <https://www.skintific.id/products>
- Sri Yunan Budiarsi, Monica Adjeng Erwita, & Jessica Netanya Siregar. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness, Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Pada J&T Express Di Surabaya. *Majalah Ekonomi*, 26(2), 54–66.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sudirman. (2019). The Effect of Branding, Product Quality, and Reference Group on Purchasing Decisions through Promotions as Intervention Variables (Case Study of Samsung Customer at Meteor Cell Store Malang). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 174.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330.
- Vutri, A. Z. F., Komariah, K., & Z, F. M. (2023). Analysis of Social Media Marketing Followers Instagram Kawaidollshop. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1), 934–946.

- Warningrum, S. L. (2023). Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 13–21.
- Yohana F. C. P. Meilani, I. B. M. P. B., & Ian N. Suryawan, R. R. M. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412.
- Yohana Walangitan, B., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 511–521.