

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. Z., Waluyo, H. D., & Dewi, R. S. (2014). Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kartu Gsm Prabayar Simpati (Studi Kasus Pada Konsumen Kecamatan Pedurungan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 45–56.
- Andharesti, A. (2023). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Sereal Sarapan Pagi Energen* [UPN “Veteran” Jawa Timur]. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31932/jpe.v8i1.2190>
- Aprianti, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 1275–1282. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i2.1645>
- Apriliani, C. (2022). Pengaruh Metode Scramble Terhadap Kemampuan Membaca Permulaan Huruf Braille Pada Siswa Tunanetra Di Sdlb Slb Negeri a Pajajaran Kota Bandung Skripsi. *Skripsi*, 28–50.
- Cahyani, K. I., & Sutrasmawati, R. E. (2016). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap. *Management Analysis Journal*, 5(4), 281–288.
- 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.
- E-issn, V. N. P., & Wardah, L. (2023). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah : Studi pada Pelanggan Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 5, 32–44. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i1.1284>
- Elliyana, E. dkk. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran Ela Elliyana Lidiana Tri Siwi Agustina Yeni Sedyoningsih Habibie Kadir Abdurohim Bayu Imanuddin E. Elia Ardyan Yuliani Lili Marlinah H. Mohdari H. Gazali Febrisi Dwita Siswati Rachman Nia Kurniati Bachtiar Penerbit: Ahlimedia Press* (Vol. 1). www.ahlimediapress.com
- Faradilla, M. A. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli*

Produk Maybelline New York Melalui Sikap Pada Iklan Sebagai Variabel Mediasi [UPN “Veteran” Jawa Timur].
<https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.v12.i1.97-104>

Firdausy, A. J. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pelanggan Lulus Purbasari di Surabaya)*. UPN “Veteran” Jawa Timur.

Hendriyadi dan suryani. (2008). Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 287.

Hidayat, S., & Maulana, N. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Perilaku Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Shopee (Studi Kasus Pada Vidi Aldiano sebagai Brand Ambassador Shoppe Mall)*.

Illahi, S. K. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Brand Equity Melalui Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya)*. UPN “Veteran” Jawa Timur.

Ilmu, J., Jisip, P., Dionysius, W., Randy, M., A, R. H. N., Dionysius, W., & Randy, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Indihome Di Kota Surabaya Corresponding Author : 5(4), 1637–1646.* <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2591/http>

Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 2021.

Manajemen, J., Endorser, P. C., Merek, C., Penjualan, P., Kasus, S., Scarlett, K., Surabaya, K., Alifyanti, U., Nirawati, L., Andarini, S., & Nugroho, R. H. (2022). *J-MAS*. 7(2), 546–550. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.449>

Merek, P. C., & Produk, K. (2023). *Pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening*. 7(1), 79–98.

Mulyana, L. I., & Sulistyawati, L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Indomie (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya). *Journal Publicuho*, 5(1), 29–49. <https://doi.org/10.35817/jpu.v5i1.23470>

Nadjwa, A., Indonesia, U., & Srivania, D. (2024). *Jurnal Vokasi Indonesia Investigating Brand Awareness , Brand Image , and Perceived Quality on*

Customer Loyalty. 12(2).

- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Growth*, 20(2), 361. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>
- Pembangunan, U., Veteran, N., & Timur, J. (2023). *Variabel Intervening : Studi Pada Konsumen Bedak Padat Produk Tahun 2022*. 5, 2687–2700. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3173>
- Rahmawati, N. (2022). *Analisis Pengaruh Green Product dan Green Packaging Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Produk Tupperware di Surabaya)*. UPN “Veteran” Jawa Timur.
- Rizki, P. A. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Indomie Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Konsumen Indomie di Wilayah Waru Sidoarjo)*. UPN “Veteran” Jawa Timur.
- Salsabila, A. F., & Utomo, S. B. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–16.
- Sayekti, M. D., & Dwiridotjahjono, J. (2023). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening : Studi Kasus pada Konsumen Cokelat Silverqueen di Surabaya* *Al-Kharaj : Jurnal Ekonom.* 5(6), 2511–2524. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2430>
- Sopandi, A. A., & Samsudin, A. (2023). *Ms Glow Products (Case Study On Users Who Follow The Ms . Glow Official Account On The Instagram App) Pengaruh Brand Ambassador Dan Celebrity Endorses Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Ms . Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Yang Mengikuti Akun Ms .* 4(6), 10134–10144.
- Vol, B. U. B. S. (2024). *1271-Article Text-5247-1-10-20240110*. 13(1), 17–31.