

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. (2020). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art of Branding*, January.
- Afrianto, B., & Kamaludin, A. (2023). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 2(1), 8–16. <https://doi.org/10.56916/jimab.v2i1.346>
- Alfian, S., & Khuzaini. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Consina Store Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(12), 1–14.
- Andini, N. S. (2024). Analisis Tren Penjualan Beauty Care pada Kategori Paket Kecantikan Periode Q1 2024. *Compas.Co.Id*. <https://compas.co.id/article/tren-penjualan-paket-kecantikan-periode-q1-2024/>
- Anwar, M. (2022). *ANALISIS PENGARUH BRAND LOVE DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Survei Pada Konsumen Produk Kopi El's Signature Bandar Lampung)*.
- Aryatama, I. (2024). pengaruh cita rasa, harga, dan pendapatan konsumen terhadap loyalitas UMKM Kuliner sampang. *Ekonomi Bisnis*, 5–24.
- Feky Reken, D. (2024). Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran. In M. G. Indrawan (Ed.), *CV Gita Lentera*.
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 1–337.
- Fitrianto, E. M., Nailis, W., & Karim, S. (2021). Ketika cinta hadir: Pengaruh Brand Love terhadap EWOM dan Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 19(2), 117–128. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v19i2.15963>
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253–274. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>
- Hermanto. (2019). Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan. In *CV. Jakad Publishing Surabaya* (Issue July).
- I. alfalihin, A. Osmond, A. A. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PDAM DI KOTA SURAKARTA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 14(1), 1–27.
- Kurnia Illahi, S., Andarini, S., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya*. 4, 1684–1697.

<https://databoks.katadata.co.id>

- Kurniawati, D., Handayani, W. P. P., & Joko Pitoyo, D. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Engagement, Brand Love terhadap Customer Loyalty. *Jimek: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 7(1). <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Limanseto, H. (2024). Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>
- Loindong, A. S. G., Tewal, B., & Sendow, G. M. (2023). Pengaruh Locus of Control dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Kantor SatPol-PP Kota Tomohon). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 110–121. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51021>
- Pardede, J. (2022). *PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MERK PRETTYFIT PADA PT. CHRISTOPER ADIDAYA REKANANDA*.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Saleh, H. (2020). *Pengaruh Nilai Yang Dirasakan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Membeli Kembali Pada PT. Brodo Ganesha Indonesia Di Kota Bandung*. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3781/>
- Sari, Y. P., Si, S. E. M., Suharyat, Y., Graciafernandy, M. A., Sungkawati, E., Si, M., Suwitho, M. S. E., Zia'ul Huda, S. E., Luhglatno, M. M., Nursalim, A., Indrawati, I. M., Istiyanto, B., Sudirman, M. H. A., Prasetya, P., Si, S., Menarianti, M. M. I., Kom, S., Kom, M., Lisa, J. C., ... Putri, E. (2021). *Loyalitas Pelanggan Penerbit Cv.Eureka Media Aksara*.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Taqiya, P. H. (2024). *PENGARUH CUSTOMER PERCEIVED VALUE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA SISI JALAN KOPI KUNINGAN*.
- Wahyudi, Y. is N., Fadhillah, M., & Ningrum, N. K. (2023). Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Nilai yang Dirasakan dan Kualitas yang dirasakan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3074–3093.

<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2893>

Widayati, R., & Rahman, M. (2019). *Aktivitas Pemasaran Produk Tabungan Pada PT. Bpr Rangkiang Denai Payakumbuh Barat*. 1–10.
<https://osf.io/preprints/3z7p6/%0Ahttps://osf.io/3z7p6/download>