

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitia Octoriviano, F., Simarmata, J., Pahala, Y., Setiawan, A., & Saribanon, E. (2022). **Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kargo dan Dampaknya atas Loyalitas Pelanggan pada PT Citilink Indonesia.** *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 8(2). <https://journal.itltrisakti.ac.id/index.php/jmtbtl>
- Aliryanti, W., & Roosdhani, M. (2024). **Pengaruh *Perceived Quality*, *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Study Pada Konsumen Di Kabupaten Jepara).** *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 13(01), 92–106.
- Ambitan, I., Wenas, R., & Samady, R. (2021). **Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk Dan Periklanan Terhadap Loyalitas Indomie Di Manado Pada Masa Pandemi Covid-19.** *JURNAL EMBA*, 9(4).
- Djayanto, T. (2022). **Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Customer Loyalty Pada Aplikasi Grab-Food Dengan Brand Trust Sebagai Intervening Variable.** *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1).
- Djogo, O. (2022). **Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang.** *Jurnal Ilmu Administrasi*, 13(1).
- Farida, N. (2021). **Pengaruh *Brand Image* Dan *Customer Experience* Terhadap Repurchase Intention Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Paragon Mall Dan Java Supermall Semarang.** *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1).
- Gaotami, E., Suryadi, N., Dwi, R., & Hapsari, V. (2023). **The Effect Of E-Service Quality And E-Perceived Value On E-Customer Loyalty With E-Convenience As A Mediating Variable.** *JOURNAL OF SOCIAL RESEARCH*, 2(3). <http://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
- Ghozali, I. (2018). ***Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Vol. 9).*** Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:64890624>
- Gofur, A. (2019). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.** *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4, 37–44.
- Hardani, Ustiawaty, J., & Juliana Sukmana, D. (2020). ***Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.*** <https://www.researchgate.net/publication/340021548>

- Ikrimah, N., & Winarno, T. (2023). **The Influence Of *Perceived Quality* And *Perceived Risk* On Interest In Buying Alfamidi Private Label Products.** *Journal of Social Research*, 2(5). <http://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
- Indah Anggraini, R., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2023). **The Effect of Electronic Word of Mouth on Twitter Account @eminacosmetics, *Perceived Quality* and *Brand Image* On Brand Trust (Study on young women in Surabaya who use Emina cosmetics and have Twitter accounts) Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Akun Twitter @eminacosmetics, *Perceived Quality* dan *Brand Image* Terhadap Brand Trust (Studi pada Remaja Wanita Pengguna Kosmetik Emina yang Memiliki Akun Twitter di Kota Surabaya)**id 2 *Corresponding Author. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 2). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Istiqomah, N. H. (2023). **Transformasi Pemasaran Tradisional Ke E-Marketing: Tinjauan Literatur Tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital Terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis.** In *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* (Vol. 4).
- Juniantara, I., & Sukawati, T. (2018). **Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen.** *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 5955–5982.
- Kurniawan, R., & Stanley, V. (2024). **Analysis Of The Effect Of Brand Loyalty On *Perceived Quality* With The Mediator Variable Of Customer Authentic Perception.** In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)* (Vol. 7, Issue 3).
- Kusdayanti, P. A. ., & Nugroho, R. H. . (2023). **Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Scarlett Whitening di Surabaya).** *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(3), 3143–3151. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i4.1570>
- Kusdayanti, P., & Nugroho, R. (2023). **The Effect of *Brand Image* and Celebrity Endorser on Purchase Intention Through Brand Trust as an Intervening Variable (Study on Scarlett Whitening Consumers in Surabaya) Pengaruh *Brand Image* dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Scarlett Whitening di Surabaya).** In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 3). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Puteri, N. M., & Anomsari, A. (2023). **Analisis Pengaruh *Perceived Quality*, Citra Brand, dan Country of Origin pada Minat Beli Skincare Lokal Somethinc terhadap Remaja di Semarang.** *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 121–132. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v10i2.22949>
- Putri, N. (2023). **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah.** *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(5), 151–160.
- Putri, N., Rizan, M., & Febrilia, I. (2024). **Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Commercedi Jakarta.** *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(3), 1707–17025. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i3.22996>
- Putri, V., & Dewi, K. (2024). **Pengaruh *Perceived Quality*, *Brand Image*, *Perceived Value* Terhadap Perception Of Masstige Pada Produk Apple.** *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8985–8998.
- Rachmawati, S., & Andjarwati, L. (2020). **Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Jne Express Di Surabaya Selatan).** *E-Journal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1).
- Rahma Izzati, R. (2019a). **Pengaruh *Perceived Quality* Dan *Brand Image* Terhadap Brand Trust Produk Kosmetik Wardah.** *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.32502/jimn.vXiX.XXXX>
- Rahma Izzati, R. (2019b). **Pengaruh *Perceived Quality* Dan *Brand Image* Terhadap Brand Trust Produk Kosmetik Wardah.** *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.32502/jimn.vXiX.XXXX>
- Riana Fatmaningrum, S., Fadhilah, M., Ekonomi, F., & Sarjanawiyata Tamansiswa, U. (2020). **Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea.** *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(1).
- Suparno, S., Wenas, R., & Moniharapon, S. (2024). **Pengaruh Brand Ambassador, Green Product, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Mahasiswa Feb Universitas Sam Ratulangi Manado.** *Jurnal EMBA*, 12(1), 249–260.
- Wijaya, J., & Fadli, J. A. (2022). **Pengaruh Perceived Value, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Customer Di Mediasi Kepuasan.** *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1(1). <https://jmi.rivierapublishing.id/>

Wulandari, F., & Andarini, S. (2024). **Pengaruh *Perceived Quality* Dan *Brand Image* Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Esqa Di Kota Surabaya).** *Ournal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 8061–8071.