

DAFTAR PUSTAKA

- Alfan, A., & Rochdianingrum, W. A. (2024). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA PENGGUNA PRODUK COSMIC CLOTHES DI SURABAYA)*. www.shopee.co.id/cosmicclothes
- Alfiani, L., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2024). *Pengaruh Periklanan , Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Rokok Herbal PT . Tridaya Sinergi Indonesia (Survei pada Konsumen Rokok Herbal PT . Tridaya Sinergi Indonesia)*. 3(3).
- Amalia, I. K., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal). *Jesya*, 6(1), 166–172. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.886>
- Amin, L. S. A. (2023). Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Produk Winmilk di Kota Cimahi, Indonesia. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(1), 63–74. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.236>
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta. *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 15(3), 367–378. <https://doi.org/10.35508/jom.v15i3.7368>
- Compas.co.id. (2024). *Double Date 8.8 2024 Alami Penurunan! Kompas.co.id*. https://www.instagram.com/p/C_LC5JMyC7G/?img_index=2&igsh=MWFlaTVtNWtqZ2JmYWw%3D%3D
- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), 5–23.
- Fadhlurrohman, F., Supartono, & Satpatmantya, K. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Inovasi Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Matahari Department Store Grand Mall Bekasi. *Sains Manajemen*, 9(1), 28–40. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i1.6686>
- Gea, S. (2023). PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS DI TOKO PUTRI KOSMETIK). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(1), 1–3.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*. Insania.
- Hasil Penyebaran Kuesioner. (2025). *Hasil Penyebaran Kuesioner*.

- Indriyati, C. (2025, January 21). *Siapa Owner Brand Glad2Glow? Simak Profil hingga Kontroversinya*. Inilah.Com. <https://www.inilah.com/sosok-owner-glad2glow-dan-kontroversinya>
- Instagram @glad2glow. (2025). *Offical Instagram @Glad2glow*. https://www.instagram.com/glad2glow?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV. Cita Semesta.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mandung, F., & Hasan, S. (2023). Buku Referensi Manajemen Pemasaran. In M. Nasir & Y. Herdianzah (Eds.), *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2). CV. Eureka Media Aksara.
- Marbakh, N., & Rahmiati, R. (2025). Glad2Glow Purchase Intent: TikTok Marketing through Customer Brand Engagement and Brand Image. *Journal of Management and Administration Provision*, 5(2), 229–241. <https://doi.org/10.55885/jmap.v5i2.593>
- Napoleoncat. (2024). *Instagram User*. Napoleoncat; Napoleoncat. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/10/>
- Novalia, I. C., & Muhtarom, A. (2020). *Pengaruh citra merek, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada cv. boga lestari*. 1(1), 1–13.
- Novia, F. (2025). Peran Pemasaran Konten, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Pelanggan dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di Era Digital. *Journal Scientific of Mandalika (Jsm) e-ISSN*, 6(2), 2809–0543.
- Okhtavia, R., & Setiawan, M. B. (2022). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Dan Inovasi Produk*. 4(3), 357–369. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357>
- Oktavia, V. D., Sarsono, S., & Marwati, F. S. (2022). Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Cv Cipta Kimia Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 540. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4656>
- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 49–66. <https://ejournal-medan.uph.edu/index.php/jam/article/view/525>
- Panggabean, S. A., Tanjung, A., Tanjung, A., Nasution, Z. A., & Hutagalung, J. (2024). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk

- Handphone Vivo di Toko Mitra Cell Kota Sibolga. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(2), 825–842. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i2.3986>
- Priadana, S. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pascal Books* (Della, Vol. 11, Issue 1). Pascal Books. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeo.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Reken, F. (2024). PENGANTAR ILMU MANAJEMEN PEMASARAN. In M. Gita (Ed.), *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*. CV. Gita Lentera.
- Reppi, L. V. Y., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2021). Bauran Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian GrabFood. *EMBA*, 9(3), 1482–1490. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35807>
- Sampe, Y. D., & Marie Tahalele. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan, VOLUME*. 2(1), 50.
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 1–11. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Shifa, N. (2025). *Pemasaran Skincae Dengan Cara Overclaim E-Commerce (Perspektif Fatwa dan MUI dan Undang-Undang Tentang perlindungan Kondumen)*.
- Shopee.co.id. (2025). *All Series Produk Glad2Glow*. <https://Shopee.Co.Id/Glad2glow.Indo>.
- Siwu, T., Lolowang³, M., Legi⁴, E., & Ombuh⁵, I. W. (2025). *Implementasi Digital Marketing Pada Instagram Sebagai Faktor Keberhasilan Media Promosi GLAD2GLOW*. 5(2), 1–11. <https://jurnalp4i.com/index.php/academia>
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, S., Mulyani, M., Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Lestari, F. P., Irawati, N., Octaviani, L. K., Bakar, R. M., Musafir, & Dewi, I. C. (2023). Loyalitas Pelanggan. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.

- Sugiyono. (2020a). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Syahputra, A. R., & Sulistyawati, L. (2023). Syahputra, Abid Racha. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 3292–3304. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Wardhana, A. (2022). *Brand Image dan Brand Awareness* (pp. 105–119).
- Widyaputri, N., Suwu, E. A. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis pemanfaatan Aplikasi Instagram dalam pemasaran bisnis online shop di Kota Manado. *Journal Ilmiah Society*, 2(2), 1–9.
- Wulansari, R. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. *Outletz Worldwide Indonesia. AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 961–972.
- Yani, I., & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443–472. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>