

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, B., Niarti, U., & Hermelinda, T. (2021). Analisis Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM). *Jurnal Saintifik: Multi Science Journal*, 19(1), 25–30.
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *Fokus (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263–268. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Anum, F., & Badau, M. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Emina Di Shopee. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i1.10885>
- Armansyah. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan* (A. T. Putranto, Ed.). Widina.
- Astuti, C. W., & Abdurrahman. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 1(2), 33–49. <https://doi.org/https://intropublica.org/index.php/jadbe/index>
- Aviesta, A. K., & Sutedjo, B. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Brand Image terhadap Customer Satisfaction dan terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Scarllet Whitening (Studi Pada pelanggan Bodylotion Scarllet Whitening Di Toko Agung Puspanjolo Semarang Barat). *Seiko: Journal of Management & Business*, 6(2), 245–253.
- Ayaumi, R. S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Customer Experience dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Pesan Antar GoFood Saat Pandemi Covid-19 Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 181–192.
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan

- Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Darni, S., & Marlina. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Handphone Merek Oppo di Kota Lhoksukon Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(4), 51–58. <https://doi.org/http://journal.umuslim.ac.id/index.php/jiab>
- Databoks. (2024). *10 Merek Deodoran Terlaris di E-Commerce Indonesia September 2024*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66fcff1a45678/10-merek-deodoran-terlaris-di-e-commerce-indonesia-september-2024>
- Departemen Riset Statista. (2025). *Pendapatan Pasar Deodoran di Indonesia Tahun 2021 Hingga 2030*. <https://www.statista.com/forecasts/1220991/indonesia-revenue-deodorant-market>
- Dewi, L. K. C., Widagdo, S., Martini, L. K. B., & Suardana, I. B. R. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5205>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1>
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik PT. Paragon Technology and Innovation. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10, 177–186.
- Hair, J. F., Anderson, B. R. E., & Black, W. C. (2021). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.56145/ekonomibisnis.v2i2.44>

- Harjadi, D., & Fatmasari, D. (2025). *Determinasi Keputusan Pembelian Konsumen: Peran Kepercayaan Merek, Kualitas Informasi dan Keragaman Produk*. PT Arr Rad Pratama.
- Hidayati, A. N., Isabela, B. A., Yuwananda, Y. S., & Gunadi, W. (2021). The Effect of Nostalgia Emotion to Brand Trust and Brand Attachment towards Repurchase Intention. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(3), 4492–4503.
- Imron, A. A., & Wajdi, M. F. (2024). Analisis Pengaruh Brand Image, Diskon, dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Journal Of Social Science Research*, 4, 8350–8363. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Insanniat, U., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Lotion Mariana di Surabaya. *Jurnal E-Bis: EkonomiBisnis*, 6(2), 416–425. <https://doi.org/https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.946>
- Kevin Putra Bawono, T., & Subagio, H. (2020). Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16e ed.). Pearson Education Limited.
- Kuswandi, S. R., & Tantra, T. (2024). Pengaruh E-Commerce Innovation dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *JIBR: Journal of Indonesia Business Research*, 2, 31–37. <https://doi.org/10.25124/jibr.v2i1.7449>
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e*, 2(3), 2745–7257. <https://doi.org/https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Mavilinda, E. S. D., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin Pada

- Masa Pandemi di Surakarta. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(2), 213–221.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31846/jae.v10i2.460>
- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Pada Minat Beli Ulang Produk Skincare MS Glow di Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.58952>
- Mursid, M. C., & Palupiningtyas, A. D. (2022). *Kontrol Perilaku Untuk Membeli Ulang Kosmetik Halal Perspektif Theory Of Planned Behavior*. Mansur Chadi Mursid.
- Mutiah, C., & Marliani, L. E. (2024). Pengaruh Brand Image, Product Quality dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Produk Mustika Ratu di Kota Bandung. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 09, 545–558.
<https://doi.org/https://journal.unpas.ac.id/index.php/oikos/index>
- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely, Z. (2024). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 6(2), 125. <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i2.78921>
- Pandiangan, K., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, dan Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Terapan*, 2(4), 471–484.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Prawira, A. A. N. D. N., & Setiawan, P. Y. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Sepatu Merek Nike. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(12), 1305–1324. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i12.p03>
- PT Unilever Indonesia Tbk. (2024). *Laporan Tahunan Unilever 2024*.
- Putri, A. A. D., Ramadhan, R. R., & Hinggo, H. T. (2025). Pengaruh Brand Trust, Word of Mouth, dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Watsons Living World Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 4(1), 70–85.

- Putri, C. M., & Sumartik. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Inovasi Daerah*, 3(1), 39–56.
- Rizal, M. H. S., Rachma, N., & Abs, M. K. (2021). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Konsumen Matahari Departemen Store Malang Town Square Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(9), 80–90. www.fe.unisma.ac.id
- Sa'di, M. D., & Suyanto, A. (2023). The Effect of Marketing Strategy and Consumer Behavior on Treadmill Sales Volume at CV. Gaf Tridaya Mandiri. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1), 226–239.
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sofiyantu, & Riofita, H. (2024). Optimalisasi Platform Digital Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal Inovasi Makro Ekonomi*, 6(3). <https://journalpedia.com/1/index.php/ime>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumara, R., & Salim, L. (2020). Customer Satisfaction, Brand Trust and Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>
- Suryani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Sutanto, W. D. R., & Kussudyarsana, K. (2023). The Role of Brand Trust, Brand Image, Brand Equity on Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), 119–128. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2395>

Topbrand Award. (n.d.). *Metodologi Survey*. Topbrand-Award.Com. Retrieved May 5, 2025, from <https://www.topbrand-award.com/metodologi-survei>

Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Penelitian Dan Keislaman*, 342–351.

Waluyo, D. (2024). *Kinlong Industri Kosmetik Tanah Air*. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7984/kinlong-industri-kosmetik-tanah-air?lang=1>

Watulingas, D. P., Jan, A. B. H., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Maybeline di Gerai Mantos 2 Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 659–670. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43841>

Welsa, H., Kurniawan, I. S., & Nagar, R. (2021). Analisis Pengaruh Keberagaman Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Image Pada Konsumen Rocket Chicken. *Journal Competency of Business*, 5(1), 10–27.