

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar Lukitaningsi. (2020), Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi Dan Implikasinya, *Jurnal Maksipreneur*, Vol III, No 1, Hal 21-35
- Andri, C, T & Hapzi A. (2025) *The Role of TikTok in Shaping Gen Z's Brand Loyalty and Consumer Behavior. Greenation Manaagement and Business Review*, Vol 1, No 2, Hal 77-83.
- Arif Adi Saputra. (2017), Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Mint Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36, *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, Vol 2, No 1, Hal 46-53
- Atifa, A, F. Et Al,. (2024), Pengaruh produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada konsumen dan Nalgae Tembalang Kota Semarang, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 13, No. 1, Hal 30-39
- Dedek, K, G. Et Al,. (2020), Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan, *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vol 3(2), Hal. 172-180
- Deske, W., & Mandagi. (2023). Pemasaran Media Sosial, Gestalt Merek Dan Loyalitas Pelangan: Studi Empiris Pada Tomohon Internasional Flower Festival, *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol 1, hal 32-45
- Djuli, S, P. Et Al,. (2021) Pelatihan Penggunaan Shofware SPSS Dalam Pengelolahan Regressi Liniear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unversitas Simalungan Di Masa Pandemi Covid 19, *Jurna Karya Abdi*, Vol 5, Hal 202-208
- Doni, M & Febi, A. (2023), Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Company Repulation Terhadap Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Pundi*, Vol 07, No 02, Hal 185-200
- Firdaus, L. I., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Produk Skintific:(Studi Pada Followers Tiktok@ skintific_id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1), 86-94.
- Ichsan Widi Utomo. (2017), Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyaliy Pelanggan Online Shopping (Studi Kaus Karyawan Di BSI Pemuda), *Jurnal Komunikasi*, Vol VIII, No 1, Hal 76-84
- Ika Lenaini. (2021), Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling, *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, Vol 6, No 1, Hal 33-39

- Jefiena, S, t., Riane, J, P., Lucky, F, T. (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Media Sosial terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan, *Productivity*, Vol 4, No 2, Hal 207-216
- Kartika, A, P., & Maya, A. (2024), Pengaruh Brand Awareness Dn Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Emina Cosmetics, *e-Proceeding of Management*, Vol 11, No 5, Hal 4603-4615
- Khaidir, A, F. Et Al,. (2024), Analisis Komparatif Antara Probability dan Nonprobability dalm Penelitian Pemasaran, *Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah*, Vol 1, No 3, Hal 108-120
- Malakiano, G., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention Produk Skincare Skintific. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(1), 170-191.
- Mariana, M, B. (2019), Pengaruh Medi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gununungsitoli, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 2, No 2, Hal 313-324
- Martiza, P. V., & Murwanti, S. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Skintific yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 17(2), 524-538.
- Moh Aris Pasigai. (2020), Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis, *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*, Vol 1, No 1, Hal 51-56
- Mulia Siregar. (2021), Hubungan Antara Kepercayaan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Terhadap Online Shop, *Jurnal Penelitian Pendidikan Psikologi Dan Kesehatan*, Vol 2, No 2, Hal 83-88
- Nawastuti, N. (2023). Pengaruh Influencer dan E-WOM terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan TikTok Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1415-1421.
- Niga, M, A, S & Dhety, C. (2021) Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Masker Kecantikan Yeppeoskin. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, Vol.5 No.2, Hal 92-100.
- Novianti, Endri, & Derlius. (2018), Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelyanan dn Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol VIII, No. 1, Hal 90-108
- Nurdewi. (2022), Implementasi Personal Branding Smart ASN Perwujudan Bangsa Melayani Di Provinsi Maluku Utara, *Jurnal Riset Ilmiah*, Vol 1, No 2, Hal 297-303

- Nurjanah. (2021), Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Ludry Bunda, *Jurnal Mahasiswa*, Vol 1, Hal 117-128
- Sendianto. (2015), Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Beserta Peramalan Penjualannya, *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi*, Hal 85-94
- Simanjuntak, T. W., & Saputra, A. (2024). Pengaruh brand image, content influencer dan live streaming TikTok terhadap minat beli skincare Skintific di Batam. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4(2), 619-628.
- Theresia Erlin Cristiani. (2020), Analisis Strategi Medi Sosial Dalam Membangun Brand Image (Studi Pada Instagram Fujiflim Indonesia), *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol 19, No 1, Hal 75-85
- Toto, S & Aicha, R, H. (2021), Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020, *Jurnal Akuntan*, Vol 14, No 2, Hal 71-85
- Ulfa, A, K. Et Al,. (2024), Strategi Pemasaran Dan Posisi Target Sebagai Kunci Keberhasilan Bisnis, Jurnal Masharifal al-Syariah: *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol 9, No 1, Hal 10-17
- Wati, S & Wufron, W. (2017), Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Trust Serta Implikasinya Terhadap Brand Loyalty (Produk Dodol PT. Herlinah Cipta Pratama), *Jurnal Wacana Ekonomi*, Vol 17, No 1, Hal 25-34