

Daftar Pustaka

- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2020). Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 215–222. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i2.195>
- Amin, N. F. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *JURNAL PILAR*, 14(1), 16.
- Andriyani, N. K. R., & Yudhistira, P. G. A. (2023). How Does Conventional Travel Agent Services Enhance Brand Loyalty? The Relationship Between Customer Experience, Brand Credibility, and Brand Trust. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 16(1), 162–178.
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Clara, C. (2023). Celebrity Endorsements And Its Brand Love On Purchase Intention At EMarketplace. *Jurnal Manajemen*, 27(1), 41–61.
- Desi Lestari, E. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(2), 75. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Disastra, D. (2022). PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung). *Jurnal Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(1), 57.
- Fatmawati, I., Fathin, A. A., & Jaroenwanit, P. (2023). Understanding how customers shape purchase decisions in the e-commerce marketplace. *Bisnis Dan Manajemen*, 15(2), 229–254.
- Febriani, A. (2024). Pengaruh Beauty Influencer dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Medan Sunggal). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 216. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jsm>
- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Firmansyah, D. (2022a). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927>
- Firmansyah, D. (2022b). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 99.

- Gultom, D. K. (2020). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*. 3(2). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i2.5290>
- Gumilar, A. (2022). PENGARUH MARKET SHARE DAN TOTAL ASSETS TURNOVER TERHADAP RETURN ON EQUITY (Kasus pada PT Kalbe Farma Tbk). *Jurnal Perbankan Dan Keuangan*, 3(1), 37.
- Haykal, A. P., & Febrilia, I. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Online. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1).
- Hertiwi Khasanah, S. (2021). *Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek* (Vol. 2).
- Irawan, P. R. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HOME INDUSTRY SANDAL KULIT KANDANGWESI COLLECTION GARUT. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2).
- Khairunnisa, A. S. (2024). Analisis Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Skincare dan Make Up di Kalangan GenZ. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 2(3).
- Khasanah, S. H. (2021a). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *KORELASI*.
- Khasanah, S. H. (2021b). Analysis of Brand Image, Brand Trust, and Brand Satisfaction against Brand Loyalty. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1).
- Koesworodjati, Y. (2023). THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER AND PRICES ON THE JGLOW PRODUCT PURCHASE DECISION PROCESS. *JURNAL RISET BISNIS DAN MANAJEMEN*, 16(1).
- Kurniadi, H. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Keterlibatan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Ms Glow . *GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management)*, 1(4).
- Lestari, N. I. (2023a). Peran Beauty Influencer Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Make Up Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Unsera*, 9(2), 60.
- Lestari, N. I. (2023b). Peran Beauty Influencer Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Make Up Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Unsera*, 9(2).
- Maidarti, T. (2022). PENGARUH PELATIHAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. SARAKA MANDIRI SEMESTA BOGOR. *Jurnal Manajemen*, 16(1).
- Manihuruk, B. K. (2023). ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT SHOPEE INDONESIA. *Journal Business and Management*, 1(1), 12.
- Martias, L. D. (2021). STATISTIKA DESKRIPTIF SEBAGAI KUMPULAN INFORMASI. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1).
- Maulana, A. (2022). Analisis Validitas, Reliabilitas, dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa. *Jurnal Kualita Pendidikan*, 3(3), 136.

- Maulfinadifa, I. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE, PRICE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA GENERASI Z DI KABUPATEN KUDUS. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(1).
- Musawwir. (2021). PENGARUH KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP PRESTASI KERJA PEGAWAI PADA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH KABUPATEN PANGKAJENE DAN KEPULAUAN. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan*, 3(1), 37.
- Nilowardono, S. (2022). The Role of Brand Love in the Influence of Online Shopping Website Quality and Brand Experience on Costumer Loyalty. *International Journal of Social Science and Business*, 6(4), 585–593.
- Ningsih, W. (2021). Hubungan Media Pembelajaran dengan Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran PAI di SMP Iptek Sengkol Tangerang Selatan. *TARBAWI*, 6(1).
- Novita, D. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung)*. 2(1), 55–66. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>
- Octabella, D. D. (2021). *REVIEW BEAUTY INFLUENCER DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PEMILIHAN PRODUK KOSMETIK KECANTIKAN DI SURABAYA*. 10(3).
- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 474. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Perdana Siregar, A., Tannady, H., Jusman, I. A., Cakranegara, P. A., & Arifin, M. S. (2022). The Role Of Product Price And Brand Image On Purchase Decision Of Cold Pressed Juice Re.Juve Product. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2657–2665. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2). <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Prambudi, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(3).
- Pratama, M. I., & Rizal, M. (2023). Pengaruh Brand Trust, Customer Review, dan Website Quality terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee (Studi kasus pada Warga Kelurahan Dinoyo). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 1293.
- Pratiwi, G. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UD ADLI DI DESA SUKAJADI KECAMATAN PERBAUNGAN. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*.

- Prawira, A. A. N. D. N. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Sepatu Merek Nike. *Jurnal Manajemen*, 10(12), 1320–1321.
- Purba, D. S. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2).
- Rachmawati, S. D. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Rahayu, W. I. (2022). Aplikasi Analisis Kelayakan Sistem Untuk Pengukuran Usability Dengan Menerapkan Metode Use Questionnaire. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(3).
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Rosyida, S. H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Letak Geografis Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Via Salon Trenggalek. *Jurnal MANESIK*, 12(3), 659.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1).
- Sasongko, R. S. (2021). Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Terapan*, 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Sasongko, S. R. (2001). Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1).
- Setiawati. (2021). Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di Bei. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8).
- Shelly, (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Quality, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Merek Philips. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(7).
- Sherli. (2023). Pengaruh Beauty Influencer dan Perceived Price Fairness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*.
- Shidqi, S. (2022). Pembuatan Infrastruktur Database Menggunakan Metode Replikasi Untuk Pelanggan Jagoan Hosting. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 16(1), 67.
- Sirait, C. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Influencer Sebagai Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di E-commerce. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(4), 14893.
- Soemadi, R. A. (2023). Pengaruh pemasaran digital dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian fried chicken home delivery. *JEBM*, 20(2).

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). ALFABETA.
- Suntoro, W. (2020a). ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK. *MODUS*, 32(1), 25–41.
- Suntoro, W. (2020b). ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK. *MODUS*, 32(1), 25–41.
- Supriyadi. (2020). Pengaruh Influencer Media Sosial dan Pengalaman Belanja Konsumen Terhadap Loyalitas Merek pada Make Up. *FRIMA*, 3.
- Suryani, N., Jailani, Ms., Suriani, N., Raden Mattaher Jambi, R., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(3).
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Ulfa, R. (2021). VARIABEL PENELITIAN DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*.
- Usadha, I. D. N., & Sucandrawati, A. S. (2024). IMPLEMENTASI METODE WEBQUAL PADA KUALITAS PELAYANAN WEBSITE GRAB. *Jurnal Satyagraha*, 07(01).
- Utami, Y. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24.
- Wardani, E. K. (2023). Pengaruh Brand Image dan Trust terhadap Customer Loyalty Pelanggan Kopi di Jakarta dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1).
- Wardani, S. (2022). PENGARUH PENGEMBANGAN KARIER DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL (PNS) STAF UMUM BAGIAN PERGUDANGAN PENERBANGAN ANGKATAN DARAT (PENERBAD) DI TANGERANG. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1).
- Yanuar, M. (2023). PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOMETHINC DI SHOPEE. *Jurnal Manajemen*, 2(3).
- Yuliana, A. (2022). Sosialisasi dan Edukasi Penggunaan Skincare Berbahan Alami untuk Perawatan Kulit Wajah di PC PERSISTRI Tawang Kota Tasikmalaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(4), 671.