

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, A. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Natural Nusantara di Gunung Kidul. *Jurnal Telaah Bisnis*, 43-52.
- Derang, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek pada Produk Kosmetik Wardah terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Batam. *Jurnal Syntax Admiration*, 389-398.
- Dewi, M. (2017). Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Kosmetik Pixy (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 749-759.
- Ferrinadewi, E. (2010). *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gecti, F., & Zengin, H. (2013). The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty, and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey. *International Journal of Marketing Studies*, 111-119.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, A. R. (2019, Juni). Industri Kosmetik dan Manfaat Bagi Konsumen Kosmetik di Indonesia. Diambil kembali dari osf.io: <https://osf.io/vzs53/>
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Indriana, D. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Aqua di Basa Swalayan Kabupaten Pemalang. *Jurnal Hummansi*, 14-22.
- Kala, P. (2018). Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Produk Elektronik Merek Sharp di Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kustini. (2011). Experiential Marketing, Emotional Branding, dan Brand Trust and their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 19-28.
- Martin. (2021). Upaya Peningkatan Loyalitas melalui Brand Image, Brand Trust, dan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Society*, 289-301.
- Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) terhadap Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax Transformation*, 624-631.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. London: ME Sharp Incorporated.
- Prayogo, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Manajemen Ekonomi Sains*.
- Priyanto, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ramadhan, M. F. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 153-169.
- Ramadhani, H. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Emina di Masa Pandemi Covid-19. *Proceeding National Multidisciplinary Sciences*, 402-409.
- Rizan, M. (2012). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 1-17.
- Rizki, D. (2020). Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kosmetik Garnier (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Sosial Sains UNPAB). Medan: Universitas Pembangunan Panca Budi.

- Roslina. (2010). Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan serta Pengukurannya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 333-346.
- Rudzewicz, A. (2021). The Influence of Brand Trust on Consumer Loyalty. *European Research Studies Journal*, 454-470.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour*. New Jersey: Prentice Hall.
- Setiadi, N. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Setyawan, A. A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Attitude pada Merek Produk Make Over di Surakarta. *Jurnal Urecol*, 356-366.
- Siregar, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Subagyo, A. (2012). *Marketing in Business*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supranto, & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Banyumedia.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Trisnawati, M. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 171-176.
- Utami, A. C. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 445-449.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

Zohaib, A. M. (2014). Effectiveness of Performance: Appraisal on Performance of Employees. *Journal of Business and Management*, 173-178.