

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS.
- Alma, Buchari. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggi Novitasari, Tatik Suryani. (2018). Peran Kepercayaan Merek, Citra Merek dan Celebrity Endorsement Terhadap Loyalitas konsumen Merek Bedak Tabur Wardah. *Journal of Business and Banking*, 7(2), 34-36. <https://doi.org/10.14414/jbb.v7i.999>
- Babin, Barry. (2015). Modelling Consumer Satisfaction and Word of Mouth: Restaurant Patronage in Korea, *The Journal of Service Marketing*, 19(3), 133-139)
- Bo Dai and Lou E. Pelton. (2018). Exploring Consumers Skincare Retail Patronage. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol. 43, 269-277.
- Caturani, E., Suseno, Y. D., & Widajanti, E., (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas konsumen Dengan Kepuasan konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Retno Skin Care Di Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*. 13(1), 16-26.
- Dewi Pertiwi. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Yogyakarta: Depublish.
- Diatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro dan Bar. *Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Telkom*, Vol. 4 No. 1.
- Diputra dan Yasa. (2021). The Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management*, 4(1), 25-34.
- Durmaz, Cavusoglu and Ozer. (2018). the Effect of Brand Image and Brand Benefit on Customer Loyalty: The Case of Turkey. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*. 8(5). 528-540. <https://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i5/4140>
- Eka Purwanda, Trisna Wati. (2018). Pengaruh Elektronik Word of Mouth, Kepercayaan, dan Kepuasan konsumen Terhadap Loyalitas konsumen. *Jurnal Intekna*, 18 (2), 67-131.
- Erghana Kanza Kirana, Lilik Wahyudi. (2021). Building Brand Loyalty through Consumer Engagement and Brand Trust on Skincare Product. *International Journal of Education and Social Science Research*, 4(1), 218-235. <https://dx.doi.org/10.37500/IJESSR.2021.4122>

- Ferdinand. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas. Diponegoro. Semarang.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media
- Firmansyah, M. Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran. Pasuruan*. Qiara Media.
- Ghozali, Imam. (2017). *Model persamaan structural Konsep dan Aplikasi dengan program AMOS 24 (Edisi 7)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovanis, Apostolos and Athanasopoulou. 2018. Consumer-Brand Relationships and Brand Loyalty in Technology-Mediated Services. *Retailing and Consumer Services*. Vol. 40 Issues C, 287-294.
- Huda, O. K., & Nugroho, A. T. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas konsumen Smartphone Oppo Dimediasi Kepercayaan Merek. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*. 22(2). 141-152.
- Imansyah, I., & Irawan, H. (2018). Pengaruh Brand Trust Terhadap Kepuasan konsumen Pada Karaoke Inul Vizta Tanjung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3), 319-329.
- Jayanti, D., Welsa, H., & Cahyani, P. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Celebrity Endorsment Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*. 4(2), 686-703.
- Joesyiana, K. (2018). The Effect of Word of Mouth on Consumer Purchasing Decisions at Shopee (Online Shop) In Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4(1), 71-85.
- Khasanah, Ariani dan Argo. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepuasan konsumen Merek Terhadap Loyalitas konsumen Merek. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Vol 2, 394-411.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2015). *Manajemen Peasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Berbasis Kompetensi) (Edisi 3)*. Salemba Empat.
- Maharani, Wijayanto dan Abrianto. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas konsumen (Study Kasus pada Lipstick Wardah). *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 4(1), 97-111.

- Maimunah, S., & Rosita. (2020). Pengaruh Security, Brand Name Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Trust Pada Pembelian Produk Nature Republic Soothing And Moisture Aloe Vera 92% Soothing Gel (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unimal). *Jurnal Visioner & Strategis*. 9(1), 1-14.
- Mayasari, I. G. A. A. E., & Diarini, I. G. A. A. S. (2017). Peran Mediasi Kepuasan konsumen Pada Hubungan Citra Dan Kepercayaan Dengan Loyalitas konsumen Produk Kosmetik Lt-Pro Latulipe. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 12(1).
- Novalina, Rahmadani dan Tasman. (2018). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Vaseline Hand & Body Lotion Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal EcoGen*, 1(2), 1-11.
- Novitasari, A., & Suryani, T. (2018). Peran Kepercayaan Merek, Citra Merek, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Loyalitas konsumen Merek Bedak Tabur Wardah. *Journal of Business and Banking*. 7(2), 251-262.
- Pindari, Ririn Asih. & Harti. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas konsumen Merek Pada Klinik Kecantikan Nanisa Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. 9(2), 1307-1313.
- Putri, N. M. D. K. (2018). Pengaruh Kepuasan konsumen Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas konsumen Pada Green Product Merek Oriflame Di Kota Denpasar. *Jurnal Bakti Saraswati*. 7(1), 17-22.
- Ririn Asih Pindari, Harti. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas konsumen Merek Pada Klinik Kecantikan Nanisa Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(2), 1307-1313.
- Savitri, I. A. P. D., Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan konsumen dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5748-5782.
- Sint Soe and Chompu Nuangjamnong. (2021). Factors Affecting Customer Loyalty Towards Hearty Heart Cosmetics: A Case Study Local Brand in Yangon, Myanmar. *International Research E-Journal on Business and Economics*, 6(1), 46-66.
- Siti Nurhayati. (2020). Pengaruh Brand Trust, Brand Experience, dan Kepuasan konsumen Terhadap Loyalitas konsumen. *JBMA*, 4(2), 36-47.
- Sonia Kataria and Vinod Saini. (2020). the Mediating Impact of Customer Satisfaction in Relation of Brand Equity and Brand Loyalty. *Emerald Publishing Limited*. 9(1). 62-87.
- Sri Widyastuti. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta. FEB-UP Press.

- Suastini, Ida Ayu K., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas konsumen. *E-Jurnal Manajemen*. 8(1), 84-112.
- Sumedi, N., Pranata, E., & Pandu Wicaksono, A. (2021). Pengaruh Brand Trust Dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen Produk Ms Glow di Kota Lamongan. *Jurnal Eksekutif*, 17(2), 247-254.
- Swara, N. N. A. A. V., & Putri, N. M. K. D., (2018). Peran Word Of Mouth Memediasi Pengaruh Kepuasan konsumen Terhadap Loyalitas konsumen Pada Green Product Merek Oriflame Di Kota Denpasar. *Jurnal Widya Manajemen*. 1(1), 80-99.
- Tatik Suryani. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Universitas Muria Kudus. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi Prodi Manajemen FEB UMK*. Kudus. Universitas Muria Kudus.
- Vanessa Gaffar. (2016). *Manajemen Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Yuliani, L., & Yusuf, M. (2019). The Effect Of Quality Service And Location On Patient Satisfaction Implication Are On Loyalty Of Pathway Patients District (Case Study at Bireuen Medical Center Hospital Bireuren Lili). *Jurnal Kebangsaan*, 8(16), 1-9.