

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Ignatius dan Miharni Tjokrosaputro. (2020). Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Trust, dan Brand Experience terhadap Brand Loyalty Produk Pond's Men. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 1:60-64.
- Almira, Amelia dan JE Sutanto. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 3, No. 2.
- Al Sukri, Saipul, dkk. (2022). Customer Satisfaction Mediates The Effect Of Product Innovation And Service Quality On Customer Loyalty. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, Vol. 18, Issue 1:30-38.
- Amballia, Rachma. Saputri, Marheni. (2021). The Effect of Quality Product, Service, Lifestyle, and Beauty Advisor to Purchasing Decision Wardah Cosmetic in Indonesia. *International Journal Universitas Telkom Bandung*. Bandung, Jawa Barat. Vol 8 No 4. 1-9.
- Ambitan, Indra, Rudy S. Wenas dan Reitty L. Samady. (2021). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk dan Periklanan terhadap Loyalitas Skincare Scarlett di Manado pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, Vol. 9, No. 4:1343-1352.
- Andraini, Rika dan Robert Kristaung. (2023). Pengaruh Brand Experience terhadap Satisfaction, Uncertainty dan Brand Loyalty pada Merek Skincare Reglow. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, Vol. 3, No. 2:2809-2818.
- Anggita, Imas Masturoh & Nauri. (2018). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: 307.
- Arief, M., Suyadi, I., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 44 No 1. 144-153.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ayu, Rosa Sukma, Survival dan Bambang Budiantono. 2023. Pengaruh Brand Experience dan Brand Image terhadap Kepuasan Pelanggan yang Dimoderasi Kualitas Pelayanan (Studi pada Pelanggan Produk Kecantikan Azarine di Kota Malang). *Jurnal Economina*, Vol. 2, No. 4:919-933.
- Pedoman Penyusunan Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus, Kudus.

- Bernarto, I., Wilson, N., & Suryawan, I. N. (2019). Pengaruh Website Design Quality, Service Quality, Trust dan Satisfaction terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus: tokopedia. com). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(1), 80–90.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2016). Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52–68
- Chaudhuri, A. and Holbrook, M.B. (2017), “The Chain of effects from Brand Trust and Brand Effect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty”, *Journal of Marketing*, Vol. 65, April, pp. 81-93
- Dhewanto, Wawan. (2014). *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Erniati, Buyung Romadhoni dan Andi Mappatempo. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen melalui Produk Baru MH Whitening Skin Makassar. *Competitiveness*, Vol. 10, No. 2:149-156.
- Febriani, Ervina, Maizul Rahmizal dan Khairil Aswan. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, Vol. 4, No. 4: 333-343.
- Filho, M.A. (2016). Designing for Brand experience. *Journal of Marketing Research*. Oslo. Sweden.
- Firmansyah, Anang dan Didin Fatihudin. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*, Yogyakarta, CV Budi Utama.
- Ganabillah, Herlin Indahtia dan Ellena Nurfazria Handayani. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Pengalaman Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Sabun Pembersih Wajah. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 5, No. 12: 3534-3548.
- Ghozali, Imam. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2015). *Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gultom, Dedek Kurniawan dan Lidya Pratiwi Hasibuan. (2021). Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Loyalty melalui Brand Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Produk Hanasui. *SiNTESa*, Vol. 1, No. 1:215-225.

- Gunawan, David Cristian dan Antonius Jan Wellyantony. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Experience terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty pada Game Esports Mobile Legends Bang Bang di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, Vol. 10, No. 2: 69-82.
- Hair, et al. (2014). *Multivariate Data Analysis. New International Edition*. New Jersey : Pearson.
- Hubeis, Musa. (2014). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*. Jakarta: PT. Hecca Mitra Utama.
- Hussein, A. S., Hapsari, R. D. V., & Yulianti, I. (2018). Experience quality and hotel boutique customer loyalty: Mediating role of hotel image and perceived value. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 19(4), 442– 459.
- Japarianto, Edwin dan Fenicia Agatha. (2020). Pengaruh Brand Trust terhadap Customer Loyalty dimediasi oleh Customer Satisfaction pada Pengguna MS Glow di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 7, No. 1:1-10.
- Karunia, Erick. (2021). Brand Awareness dan Brand Experience terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust dan Brand Loyalty. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, Vol. 23, No. 3:606-624.
- Khofifah, Tamimatul, M. Ridwan Basalamah dan Ratna Tri Hardaningtyas. (2022). Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Trust, dan Brand Experience terhadap Brand Loyalty Wardah Cosmetic (Studi pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Malang). *e – Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 3, No. 1:100-112.
- Khu, Steven dan Sukei. (2019). Analysis Of The Effect Of Brand Experience On Brand Loyalty Through Brand Satisfaction And Brand Trust In Wardah Products In Surabaya. *Ekspektra : Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4, No. 1:65-83.
- Komalasari, Diah dan Husnul Khatimah. (2022). Pengaruh Brand Image & Brand Trust terhadap Brand Loyalty PIXY Cosmetics melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 16, No. 1:16-33.
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. New York: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, Yohanes Surya. (2018). Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Loyalty melalui Brand Satisfaction dan Brand Trust pada Produk MS

- Glow di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1:1-11.
- Kusumastuti, Sonia, Istiatin dan Sudarwati. (2022). Keputusan Pembelian Ditinjau dari Brand Trust, Brand Awareness dan Word of Mouth. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 19, No. 3: 590-597.
- Laila, Nur dan Zumrotul Fitriyah. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening terhadap Loyalitas Konsumen Konsumen Skincare MS Glow di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, Vol. 5, No. 2: 453-464.
- Lau dan Lee. (2017). Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty, *Journal of Market Focused Management*.
- Lewis dan Silvia Sari Sitompul. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Brand Trust dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Mische Aesthetic Clinic Pekanbaru. *Kurs:Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, Vol. 6, No. 1:112-121.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. (2014). *Measuring Advertising Effectiveness*. New York: McGraw-Hill.
- Manullang dan Esterlina Hutabarat. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Mardhiyah, Khodijatunnisa Aina dan Sri Rahayu Tri Astuti. (2021). Pengaruh Brand Experience dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan: Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Pelanggan GoFood di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 10, No. 3: 1-12.
- Mustamu, Elijah Joel dan Ngatno. (2021). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada KFC Srandol. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. X, No. I: 689-696.
- Neumeier, M. (2017). *The Brand Gap: A Visual Presentation by Marty Neumeier*. Retrieved April, 30.
- Nilowardono, Senguruh. (2022). Pengaruh Product Innovation terhadap Brand Loyalty melalui Brand Love pada Konsumen Derma Beauty Center Surabaya. *Edunomika*, Vol. 06, No. 01:1-11.
- Pamungkas, Dimas Ari dan Asmai Ishak. (2023). Pengaruh Brand Experience, Brand Satisfaction, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Produk MS Glow For Men di Yogyakarta. *Selekta Manajemen:Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, Vol. 02, No. 01:117-128.

- Putti, Allfitri Raga. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kreatif All Crafts Supply Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 8, No. 4: 141-152.
- Putra, Firham Adi. (2019). Pengaruh Brand Experience terhadap Loyalitas yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Layanan Jasa Go Food didalam Aplikasi Go-Jek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol. 7, No. 2: 1-13.
- Putra, I. B Panca dan Ni Made Wulandari Kusumadewi. (2019). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Niat Pembelian Ulang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 8:4983-5006.
- Quintania, Melani dan Sasmitha. (2020). Pengaruh Desain dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Lipstik Wardah Kosmetik Jabodetabek). *Media Ekonomi*, Vol. 20, No. 1:26-38.
- Rahmat dan Marso. (2020). Hubungan Brand Experience, Brand Image, Brand Satisfaction, dan Brand Loyalty dalam Pespektif Four-Stage Loyalty Model (Studi terhadap Mahasiswa Pengguna Scarlett di Tarakan). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 1:17-24.
- Rangkuti, Freddy. (2017). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rianto, Cezzare Reinaldho dan Widayanto. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Converse melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Social and Politic*, Vol. 9, No. 2: 1-7.
- Riu, Julinha Betty Guterres, IBN Udayana dan Lusya Tria Hatmanti Hutami. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan “Scarlett Whitening”. *Journal of Islamic Education Management*, Vol. 3, No. 2: 240-256.
- Schiffman, L. G., dan Wisenblit, J. L. (2017). *Consumer Behavior, Eleventh Edition*. England: Pearson Education.
- Schmitt, Bernd H. (2016). *Experiential Marketing*. New York: The Free Press.
- Sindarto, Juventino, Lena Ellitan dan Deatri Arumsari Agung. (2023). The Influence of Brand Image and Product Innovation on Customer Repurchase Intention Through The Mediation of Customer Satisfaction With Viva Cosmetics. *Journal of Entrepreneurship & Business*, Vol. 04, No. 01:32-45.

- Stamm, B.V. (2013). *Managing Innovation, Design and Creativity second edition*. Hoboken: Wiley.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trifena, Rosmauli dan Wahyu Hidayat. (2018). Pengaruh Brand Experience dan Brand Image terhadap Brand Loyalty melalui Brand Trust sebagai Variabel Intervening (Studi pada Larissa Aesthetic Center di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Social and Politic*, Vol. 2, No. 1:1-12.
- Utami, G.R., Saputri, M.U. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement dan Loyalitas Merek Pada Akun Instagram Tokopedia. *Jurnal Riset ManajemendanBisnis (JRMB)*. Fakultas Ekonomi UNIAT. Vol. 5, No 2, 185-198.
- Wardani, Ervina Kusuma, Ika Febrilia dan Rahmi. (2023). Pengaruh Brand Image dan Trust terhadap Customer Loyalty Pengguna Produk Kecantikan Wardah di Jakarta dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, Vol. 4, No. 1:36-48.
- Winarti, Yuni, Sumitro Sarkum dan Abd. Halim. (2021). Product Innovation on Customer Satisfaction and Brand Loyalty of Scarlett Product Users. *Journal of Applied Business Administration*, Vol. 5, No. 2:179-187.
- Yobeanto, Kelvin Leonardo. (2020). Pengaruh Brand Experience melalui Customer Satisfaction dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada Merek Smartphone Samsung. *AGORA*, Vol. 8, No. 2: 1-6.
- <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>, diakses 17 Januari 2023
- <https://compas.co.id/article/top-brand-pelembap-wajah-market-share/>, diakses 13 Februari 2023
- <https://industri.kontan.co.id/news/ms-glow-raih-indonesia-best-brand-award-tahun-2020>, diakses 18 Januari 2023
- <https://kabartegal.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-933309179/trending-di-tiktok-penjualan-ms-glow-menurun-netizen-kulit-jadi-iritasi?page=2#>, diakses 18 Januari 2023
- <https://kemenperin.go.id/artikel/22550/Tingkatkan-Daya-Saing-IKM-Kosmetik,-Kemenperin-Gencarkan-Restrukturisasi-Mesin-dan-Peralatan>, diakses 17 Januari 2023

<https://www.marketeers.com/ms-glow-raih-gold-winner-marketeers-youth-choice-award-yca-2022/> , diakses 13 Februari 2023

<https://www.marketeers.com/ms-glow-raih-gold-winner-marketeers-youth-choice-award-yca-2022/> , diakses 15 Februari 2023

