

## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Z. &. (2019). Pengaruh Reputasi, Electronic Word of Mouth dan Web Quality terhadap Kepercayaan Pelanggan Shopee di kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*.
- Alfeb, N. V., & Salim, M. (2024). The influence of product quality and brand image on consumer loyalty is mediated by customer satisfaction. *Gema Wiralodra*, 15(1), 87–98.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Apenes Solem, B. A. (2021). Influences of Customer Participation and Customer Brand Engagement on Brand Loyalty. *Journal of Consumer Marketing*, 33(5), 332–342.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aryska. (2017). *Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru)*. Vol.4.
- Chinna, D. F. G., Soegoto, A. S., & Djemly, W. (2022). Analisis Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Wardah Kosmetik Di Kota Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 295.
- Edi, E., & Franita. (2022). The Effect of Earnings Management on Investment Efficiency Moderated by Ceo Remuneration. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 124–129.
- Fadhila, Dewi Rosa Indah, & Safrizal. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kosmetik Wardah Di Kota Langsa. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 3(2), 123–132.
- Feng, X., & Zhao, Y. (2018). The influence of corporate reputation on consumer brand loyalty in caused-related marketing. *International Conference on Industrial Economics System and Industrial Security Engineering*, 1–6.
- Feng, X., & Zhao, Y. (2021). The influence of corporate reputation on consumer brand loyalty in caused-related marketing. *International Conference on Industrial Economics System and Industrial Security Engineering*, 1–6.
- Firmansyah, M. A. (2021). *Pemasaran Produk & Merek*. CV Penerbit Qiara Media.

- Ghozali, I. (2021). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program Amos 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, M. (2021). *Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu Hadi.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7 ed.). Pearson Education, Upper Saddle River.
- Hair, J. F. (2021). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Limited.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.
- Hartanto. (2019). *Brand And Personal Branding*. Denokan Pustaka.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346.
- Hernikasari, I. dkk. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346.
- Hui, T. W., Aziz, R., & Raja, N. A. (2020). Brand Loyalty Determinants of Imported Cosmetic Brand among Females in Malaysia. *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, 5(30), 207–218.
- Hutabarat, Z., & Fitrianti, A. (2022). Pengaruh Corporate Sosial Responsibilty dan Corporate Image Terhadap Brand Loyalty : Studi Martha Tilaar Group di Toko Pondok Indah Mall 2. *Journal of Strategic Management*, 2(1), 75–90.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Junaedi. (2021). *Etika Komunikasi di Era Siber: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada.
- Junaidi. (2021). *Aplikasi Amos Dan Structural Equation Modeling (Sem)*. Upt Unhas Press.
- Khasanah, S. H. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 394–411.
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 394–411.

- Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15 Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firmada, R., Suparno, Aman, & Herman, H. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Strategy Cita Semesta.
- Lestari, D. A., & Nurhadi, N. (2021a). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek Produk Kosmetik Wardah di Surabaya Selatan. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(2), 22–30.
- Lestari, D. A., & Nurhadi, N. (2021b). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek Produk Kosmetik Wardah di Surabaya Selatan. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(2), 22–30.
- Lu, J. (2020). The Influence of a Firm's CSR Initiatives on Brand Loyalty and Brand Image. *Journal of Competitiveness*, 12(2), 106–124.
- Lu, J., Ren, L., Zhang, C., Wang, C., Shahid, Z., & Streimikis, J. (2020). The influence of a firm's CSR initiatives on brand loyalty and brand image. *Journal of Competitiveness*, 12(2), 106–124.
- Maharani, O. R., Wijayanto, H., & Abrianto, T. H. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstik Wardah). *jurnal ekonomi, manajemen dan akuntansi*, 5(1), 90–96.
- Munir, M., & Putra, A. R. (2021). The Influence of Brand Image and Product Quality of Samsung Brand Washing Machine on Brand Loyalty. *Journal of Marketing and Business Research*, 1(2), 2962–9012.
- Muslimin, Isalman, & Patulak, L. E. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.
- Nisa, S., Amalia, L., Nurhasanah, N., & Elistia. (2024). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(3), 296–310.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Fatima, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.

- Nurmulya, F., Oentoeng, I., & Zulfahmi, A. (2023a). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Merek Wardah. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(2), 216–233.
- Nurmulya, F., Oentoeng, I., & Zulfahmi, A. (2023b). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Merek Wardah. *Jurnal Kewirausahaan Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(2), 216–233.
- Patrianti, T. (2020). Mengelola Citra dan Membangun Reputasi: Studi atas Peran Peran Public Relations di Universitas Muhammadiyah Jakarta. *KAIS: Kajian Ilmu Sosial*, 1(1), 44–55.
- Pertiwi, S. E. ., & Pradhanawati, A. (2020a). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswi S1 Aktif Fisip Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 288–297.
- Pertiwi, S. E. S., & Pradhanawati, A. (2020b). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswi S1 Aktif Fisip Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 288–297.
- Prayitna, P. ., & Hapsari, R. D. . (2021a). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Brand Trust terhadap Loyalitas Merek Marina Hand & Body Lotion pada Masyarakat di Kota dan Kabupaten Kediri. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB: Universitas Brawijaya*.
- Prayitna, P. P., & Hapsari, R. D. V. (2021b). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Brand Trust terhadap Loyalitas Merek Marina Hand & Body Lotion pada Masyarakat di Kota dan Kabupaten Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB: Universitas Brawijaya*, 9(2).
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107.
- Putra, F., Panjaitan, R., & Fatmawati, E. (2023). *strategi membangun loyalitas merek*. Widina Media Utama.
- Rangkuti, F. (2017). *Costumer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. PT.Gramedia Pustaka Tama.
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., & Tawil, M. R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. CV. Gita Lentera.
- Sarah, yuni, & Sutar. (2020). Responsibility Terhadap Brand Image Dan. *Jurnal Ekobis: ekonomi bisnis dan manajemen*, 10, 33–47.

- Sholikin, A., & Lubis, T. A. (2021). *Kinerja Perusahaan Tinjauan Reputasi Perusahaan dan CSR*. Salim Media Indonesia
- Sholikin, A., & Lubis, T. aurora. (2019). *kinerja perusahaan tinjauan reputasi perusahaan dan csr*. Salim Media Indonesia.
- Singh. (2021). *Marketing Management.In Essential Of Management For Heaheare Professionals*. Jaype Publishers.
- Sitorus, O., & Utami, N. (2021). *Strategi Promosi Pemasaran*. Penerbit FKIP UHAMKA.
- Sitorus, S. A. (2021). *Brand Marketing: The Art of Branding*. CV Media Sains Indonesia.
- Sudaryana, A., Safarudin, & Basri, A. I. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Label Halal, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Kosmetik Merek Wardah di Yogyakarta. *Bisman*, 5(3), 410–427.
- Sudaryono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV Andi Offset.
- Suhaimi, S. (2021). Membangun Citra Melalui Teori Reputasi. *Komunika*, 2(1), 23–28. <https://doi.org/10.24042/komunika.v2i1.4754>
- Suhud, U., & Surianto. (2018). Corporate reputation, brand image, and brand loyalty: Do they influence purchase intention of an artificial sweetener customers? *IBIMA Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020*, 1973, 110–122.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Strategik*. ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. CV Andi Offset.
- topbrand-award.com. (2023). *Data Produk Wardah dalam Top Brand Award*. <https://www.topbrand-award.com>
- Wahyuni, C., & Ramadani, D. (2021a). Kepuasan Konsumen dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek: Studi pada Mahasiswi Pengguna Lipstik Wardah. *Journal of Woman and Children Studies*, 1(2).
- Wahyuni, C., & Ramadani, D. (2021b). Kepuasan Konsumen dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek: Studi pada Mahasiswi Pengguna Lipstik Wardah. *Journal of Woman and Children Studies*, 1(2), 94–100.
- wardahbeauty.com. (2023). *Logo Wardah*. <https://www.wardahbeauty.com>
- Widiastiti, N., Yasa, N., & Rahanata. (2020). The Role of Brand Image In Mediating The Relationship of Product Quality And Price Fairness With

Purchase Decision. *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(4), 199–207.

\_\_\_\_\_, 2021. Panduan Penyusunan Skripsi. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus.

<https://compas.com> (diakses pada tanggal 13 Februari 2023 pukul 12.00 WIB).

<https://femaildaily.com> (diakses pada tanggal 13 Februari 2023 pukul 12.20 WIB).

<https://www.topbrand-award.com> (diakses pada tanggal 13 Februari 2023 pukul 12.37 WIB).

<https://www.Wardahbeauty.com> (diakses pada tanggal 13 Februari 2023 pukul 12.50 WIB).

