

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A. R., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Natural Nusantara di Gunungkidul. *Telaah Bisnis*, 20(1), 43. <https://doi.org/10.35917/tb.v20i1.181>
- Atulkar, S. (2020). *Brand trust and brand loyalty in mall shoppers*. 38(5), 559–572. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0095>
- Ballester, E. D., Luis, J., Alemán, M., Munuera-alema, L., & Delgado-ballester, E. (2007). *Does brand trust matter to brand equity?* <https://doi.org/10.1108/10610420510601058>
- Chaudhuri, A. a. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, pp. 81-93.
- Devica, S. (2015). Pengaruh brand trust dan brand equity terhadap loyalitas konsumen pada produk kosmetik wardah (survey konsumen pada PT. paragon technology and innovation cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 7(9), 27–44.
- Dewi, M. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Kosmetik Pixy*. 6(2), 749–759.
- Felisia, C; Sitinjak, T. J. R. (2019). Peran Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Dalam Membangun Loyalitas Merek (Studi Kasus Pada Pt. Tiki Jalur Nugraha *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 146.
- Frasquet, M., Mollá Descals, A., & Ruiz-Molina, M. E. (2017). *Understanding loyalty in multichannel retailing: the role of brand trust and brand attachment*. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 45(6), 608–625. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-07-2016-0118>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Karsono. (2008). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Kotler, P. a. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition (Vol.*

15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>

- Kuada, J. (2016). Brand Communication, Brand Image and Brand Trust as antecedents of Brand Loyalty in Gauteng Province of South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 7(3), 290–294. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-06-2016-0088>
- Lien, C. W. (2015). *Online hotel booking: the effects of brand image, price, trust and value on purchase intention*. *Asia Pacific Management Review*.
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Napitupulu, B. A. L. (2017). Pengaruh Komitmen Organisasional Motivasi dan Kompetensi Terhadap Kinerja Manajerial Pada Rumah Sakit Swasta di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa*, 4(1), 338–352. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/12317>
- Nguyen, T. B. (2011). *Brand Loyalty in Emerging Markets*. *Marketing Intelligence and Planning*.
- Noorsanti, Y., & Avriyanti, S. (2020). Pengaruh Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Moisturizer Lightening Cream Wardah Dikalangan Mahasiswi Stia *Japb*, 3, 1371–1382. <http://stiatabalong.ac.id/ojs3/index.php/JAPB/article/view/359>
- Nurhayati, S. (2020). Pengaruh Brand Trust, Brand Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal.Amaypk.Ac.Id*, VII(2), 36–46. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/download/100/114>
- Oliver. (2014). *Satisfaction: a Behavioural Perspektif on The Consumer*. New York
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>

- Endit, N. P. (2022). *Peluang Pasar: Produk Kecantikan dan Perawatan*. Retrieved from ukmindonesia.id: <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-kecantikan-dan-perawatan/>
- Safitri, I., & Maulidi, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina Cosmetics Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Satu Tulungagung Angkatan Tahun 2018. *Jurnal Riset Ekonomi*, 2(3), 305–320. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Salinas, E. a. (2009). *Modeling the brand extensions' influence on brand image*. *Journal of Business Research*.
- Sawitri, I. G. A. T. D., & Rahanatha, G. B. (2019). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5267. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p22>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Walangare, J. L. (2019). Analisa Pengaruh Faktor Kepuasan, Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di The Coffee Bean Mantos. *Emba, Issn: 2303-1174*, 7(1), 581–590.
- Wijayani, T., & Prambudi, B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris Pada Konsumen Wardah di Gerai Pusat Grosir Cililitan). *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 195–207. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.127>