

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, A. C. M. (2020). *Apa itu Brand Equity*. <https://doi.org/https://binus.ac.id/malang/public-relations/2020/12/04/apa-itu-brand-equity/>
- Aditya, S., & Bastomi, M. (2024). Peran Psikologi Komunikasi dalam Meningkatkan Brand Equity dan Loyalitas Pelanggan Melalui Analisis SWOT (Studi Kasus pada PT. Berkah Bermain Bersama). *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 2(03), 81–89. <https://doi.org/10.59422/lbm.v2i03.437>
- Agustin, I. N., Purwianti, L., & Marcella, K. (2023). Pengaruh Perceived Quality , Brand Satisfaction , Brand Awareness , Brand Love dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty. *Minfo Polgan*, 12, 662–678. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12487>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Tagliche Praxis*, 53(1), 51–58.
- Albar, I., & Permatasari, B. (2024). Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce Di Lampung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 14. No. 2, 2024, 14(2)*, 115–129.
- Ardhana, V. Y. P., Mulyodiputro, M. D., & Hidayati, L. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Beauty Store. *Jurnal Rekayasa Sistem Informasi Dan Teknologi Volume 1, No 3 – Februari 2024, 1(3)*, 150–157. <https://doi.org/10.59407/jrsit.v1i3.491>
- Auditya, H. (2021). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta) Auditya. *Riset Bisnis Dan Manajemen Vol.3 ,No.1, 2015:1-18*, 1–18.
- Brilliany, E., & Nomleni, A. P. . (2022). Pengaruh Celebrity Endorser , Citra Merek Dan Kepercayaan Merek. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi Vol 2. No. 1 (April 2022)* 72-77, 2(1), 72–77.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance. *Journal of Marketing Vol.65 (April 2001)*,81-93, 70(01), 34–49.
- compas. (2024). *Skintific Menempati Posisi Pertama Penjualan Paket Kecantikan di Q1 2024 dengan Nilai Penjualan Lebih dari Rp 70 Miliar!* <https://doi.org/https://compas.co.id/article/market-insight-paket-kecantikan-skintific/>
- Creswell, J. W. (2014). (2014). *Book Review Creswell , J . W . (2014). Research Design : Qualitative , Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed .). Thousand Oaks , CA : Sage. 12(5)*, 40–41. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>
- Cuong, D. T., & Khoi, B. H. (2019). The Relationship between Service Quality , Satisfaction , Trust and Customer Loyalty A Study of Convenience Stores in Vietnam. *Jour of Adv Research in Dynamical & Control Systems, Vol. 11, 01-Special Issue, 2019 III.*, 11, 327–333.
- Darojat, A. R., & Lestari, W. D. (2024). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND

IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Produk Pakaian Dalam Pada Platform Tiktok) Adim. *Edunomika – Vol. 08, No. 04, 2024 PENGARUH*, 08(04), 1–15.

- Dianto, A., Adam, W., & Febriansyah, F. (2024). Analisis Pengaruh Brand Equity , Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Bana Swalayan Di Kabupaten Pasaman Barat. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(2), 601–609.
- Fadzila, U., Gunawan, D., & Nursaimatussaddiya. (2025). Pengaruh Brand Trust Dan E-Wom Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Gen Z Pada Platform Layanan Streaming Netflix-Usnul Pengaruh Brand Trust Dan E-Wom Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Gen Z Pada Platform Layanan Streaming N. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN) Vol 05 Nomor 03 Tahun 2025*, 05(3), 2723–8121. <https://journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien/index>
- Fakhrudin, A., & Yudianto, K. (2021). Pengaruh brand equity (ekuitas merek) maskapai garuda indonesia terhadap loyalitas penumpang. *Inovasi*, 17(4), 690–700. <https://doi.org/10.30872/jinv.v17i4.10077>
- Febriani, E., Rahmizal, M., & Aswan, K. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(4), 333–343. <https://doi.org/10.38035/rrj.v4i4.557>
- Firdaus, L. I., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Social Media Marketing , Brand Image , dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Produk Skintific. *Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 14. No. 1, 2024*, 14(1).
- Firdaus, M. F., & Yamini, E. A. (2023). Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Sandal Merek Eiger. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Vol.2, No.3, Februari 2023*, 2(3), 1154–1160.
- Ghozali. (2021a). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2021b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gramedia. (n.d.). *Kerangka konseptual, pengertian, tujuan, dan cara membuat*. <https://doi.org/https://www.gramedia.com/literasi/kerangka-konseptual/>
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100102. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>
- Harwati, T. A., Didiek, V., Aryanto, W., Aqmala, E. D., & Nuswantoro, U. D. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Equity dan Customer Bonding terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia. *JURNAL MANAJEMEN SOSIAL EKONOMI (DINAMIKA) VOL 4, No.1, Mei 2024, Pp. 111 - 123*, 4(1), 111–123.

- Hidayat, R., & Mardiyana. (2024). Pengaruh promosi dan brand awareness terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen & Pemasaran VOLUME 4, NOMOR 1, JANUARI 2024*, 12(1), 20–38.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*.
- Kumalasari, F., Kurniadi, H., & ilham. (2024). Kontribusi Pemasaran Pengalaman dan Ekuitas Merek dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Yamaha. *Volume. 7, No. 1 (2024): Juni, Hal 12- 22, 1(1)*, 12–22.
- Kurniaputri, M. R., & Usman, H. (2020). Brand Equity dan Labelisasi Halal dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 6(03), 2020, 450-458 Brand, 6(3), 450*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1200>
- Lassoued, R., & Hobbs, J. E. (2015). Consumer confidence in credence attributes: The role of brand trust. *Food Policy, 52*, 99–107. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2014.12.003>
- Lavansa, A. E., & Azizah, N. (2024). Pengaruh Brand Equity, Kepedulian Merek Dan Personlitas Brand Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Kipi Kenangan Sidoarjo). *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6*, 6492–6503. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.2987>
- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 11. No. 2, 2021, 11(2)*, 61–68.
- Maisaroh, & Nurhidayati. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi Vol. 1 No. 2, Juli-Desember 2021: 197-216, 1(2)*, 241–259. <https://doi.org/10.59024/semnas.v1i2.567>
- Makhdalena, A. Y. A. (2025). Pengaruh Brand Equity dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Momoyo Anggi. *Jurnal Akuntansi Manajemen Pariwisata Dan Pembelajaran Konseling E-ISSN: 3021-8217 P-ISSN: 3021-8160 Vol. 3 No. 2 Agustus 2025, 3(2)*, 946–951.
- Nabila, T. S., Purwaniningtyas, D. A., & Yogyakarta, U. N. (2024). Brand trust sebagai prediktor customer loyalty pada konsumen produk air mineral AQUA Daerah Yogyakarta dan Jawa Tengah. *Vol. 06, No. 1 (2024), Pp. 27 - 36 INTRODUCTION, 06(01)*, 27–36.
- Nadifa, A. D., & Widhiandono, D. (2025). Strategi Endorsement dalam Membangun Brand Awareness Akun TikTok @ Fujiian. *Imajinasi : Jurnal Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi Volume. 2, Nomor.2 Juni 2025, 2(2)*, 95–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/imajinasi.v2i2.621>
- Nurhayati, U., Nurholisah, & Syamsul, H. (2024). Analisis Customer Based Brand Equity Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Richesee Factory. *Student Research Journal, 2(1)*, 470–480. <https://doi.org/10.55606/srj-yappi.v2i1.1039>
- Nurhidayah, A., Yuliniar, & Pangestuti, D. C. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan E-Wallet Gopay. *Prosiding Biema Volume*

2, 2021 | Hal. 942 - 955, 2(1), 942–955.

- Oktavia, V. D., Sarsono, & Marwati, F. S. (2022). LOYALITAS PELANGGAN DITINJAU DARI PELAYANAN, KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN PADA CV CIPTA KIMIA SUKOHARJO Vidya Dara Oktavia, Sarsono, Fithri Setya Marwati Universitas Islam Batik Surakarta. *Edunomika – Vol. 06, No. 01 (2022) LOYALITAS*, 06(01), 540–549.
- Oktavia Yusnia, & Sudarwanto Tri. (2023). DAMPAK BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS BAGI LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN PRODUK KECANTIKAN WARDAH DI KOTA SURABAYA Yusnia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 11 No 3 Tahun 2023*, 11(3).
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*.
- Prayoga, A., & Arianto, T. (2023). PENGARUH BRAND EQUITY , BRAND TRUST DAN BRAND PREFERENCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN THREE SECOND. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS) e-ISSN 2721-5415 ||Volume||4||Nomor||1||Januari ||2023||*, 4(1), 176–186.
- Putri, I. E. (2023). Pengaruh Dimensi Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Merek Make Over Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi: Vol. 2 No. 3 Agustus 2023*, 2(3).
- Radansyah, S., Indriasari, N., & Wagini, W. (2021). Hubungan Ekuitas Merek (Brand Equity) Dengan Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Enseval Putera Megatrading Tbk Cabang Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Vol. 9 No. 1 January 2021 Page: 39 – 49* 39, 9(1), 39–49. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1223>
- Rahayu, D. P., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Income : Digital Business Journal Vol. 2, No. 1b, Januari 2025 Doi.Org/10.62710/Grf3za87 Hal. 1129-1136, 2(2), 92–106. https://doi.org/10.30812/income.v2i2.4139*
- Rahmawati, D. (2025). Model Peningkatan Brand Loyalty Melalui Brand Image , Brand Awareness , dan Brand Trust (Studi pada Pengguna Produk Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan Vol: 7, No 1, 2026, Page: 1-13 Model, 1, 1–13.*
- Rahmawati, N., & Hasan, I. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Azarine yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Volume 6 Nomor 1, Juni 2023, 6(1), 2023.*
- Rahmawati, T., Aminuyati, & Ulfah, M. (2022). Analisis Elemen Brand Equity Dan Hubungannya Dengan Loyalitas Pelanggan Produk Eiger. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Volume 11 Nomor 10 Tahun 2022, 11, 2715–2723. https://doi.org/10.26418/jppk.v11i10.58842*
- Randhita, D. J., Jonathan, R., & Suparto, Y. H. (2024). PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MOBIL MEREK TOYOTA DI PT GRAHA MULIA AUTO SAMARINDA. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Vol 13, No 2 (2024),*

1–10.

- Rizky, Fi. D., & Roosdhani, mohammad rifqi. (2025). Pengaruh Product Quality Terhadap Purchase Decision Yang Dimediasi Oleh Customer Experience Dan Brand Trust Pada Produk Skintific. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 14, Nomor 1, Juni 2025, 14*, 30–46.
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Stiedewantara.Ac.Id Vol 12, No 1 April 2021, 12(1)*, 69–82.
- Rohman, S., Sulaiman, E., & Herlina, E. (2025). PENGARUH BRAND COMMUNITY DAN EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SARI LEMON ALMUN TASIKMALAYA. *Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi (2025)*, 1192, 39–51.
- Rosyadi, M. Z. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (sebuah studi literatur). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi(MANOVA) Volume I Nomor 2, I*, 14–23.
- Ruslim, T. S., Wijaya, K., & Handra, T. (2024). Brand Awareness, Perceived Value, Organizational Association Dan Brand Uniqueness Sebagai Prediktor Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen “F.” *Volatility: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Entrepreneurship Vol. 01, No. 01, Mei, 2024 Hal. 1-9, 1(1), 1–9*.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=QYz6slkAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=QYz6slkAAAAAJ:ULOm3_A8WrAC
- Safitri, V. A., & Mugiono. (2023). PENGARUH ONLINE ADVERTISING , BRAND AWARENESS , DAN KEPERCAYAAN TERHADAP. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN VOLUME 02 NO 2 TAHUN 2023, 02(2)*, 429–442.
- Saputra, M. A., Anomsari, A., Purwatiningsih, A. P., & Safitri, M. (2025). Role of Brand Awareness And Brand Image On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As A Mediating Variabel on 3 Second On The Shopee Marketplace. *BIMA Journal (Business, Management, & Accounting Journal) Vol. 6 No. 1 2025 Page: 291 – 306, 6(1)*, 291–306.
<https://doi.org/10.37638/bima.6.1.291-306>
- Sasando, A., Niken, F., Islami, N., Santi, I. A., & Fania, N. P. (2025). *INOVASI PRODUK BERBASIS KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST) DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN: STUDI PADA PELANGGAN PRODUK WARDAH DI BANJARSARI*. 389–397.
- Sebayang, D. E. B., & Lestari, I. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Madame Gie di Binjai. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI), Vol 5(1) 2024: 34-42, 5(1)*, 34–42.
<https://doi.org/10.31289/jimbi.v5i1.4323>
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Ansar, A. M., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, Mulyani, Ariyani, N., & Hadi, P. (2023). *Loyalitas Pelanggan*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. *Alfabeta Cv, Bandung*.

- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. ALFABETA BANDUNG.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF*. ALFABETA BANDUNG.
- Suntoro, W. (2021). Analisis pengaruh pengalaman merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek. *MODUS Vol. 32 (1): 25-41, 32(1), 25–41*.
- Tanujaya, J., & Firdausy, C. M. (2025). The Influence of Brand Equity , Brand Ambassador , and Brand Trust on Purchase Decisions of Somethinc Consumers in Jakarta. *Buletin Poltanesa Vol. 26 No. 1 (June 2025), 26(1), 174–182*.
- Tempo. (2023). *Mengenal Skincare , Merek Skincare Kanada yang Sedang Naik Daun di Tanah Air*. Tempo. <https://www.tempo.co/gaya-hidup/mengenal-skintific-merek-skincare-kanada-yang-sedang-naik-daun-di-tanah-air-182888>
- Tria, E. D., & Syah, T. A. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Pelanggan Rita Pasaraya Cilacap. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia Vol 1, No.2, 2021, 1(2), 84–94*. <https://doi.org/10.53866/jimi.v1i2.8>
- Valdo, J., & Subagio, H. (2014). *Analisa Pengaruh Brand Equity terhadap Purchase Intention Konsumen pada Produk PC tablet Apple Ipad di Surabaya*. 1–8.
- Valenvani, C. F., & Liya, M. (2024). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Semen Tiga Roda. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Januari 2024, 10 (1), 197-204, 10(1), 197–204*.
- Widyadhana, A. J. (2023). Analisis Pengaruh Makro Influencer Dan Mikro Influencer Dalam Kol (Key Opinion Leader) Marketing Terhadap Brand Awareness Skintific masalah kulit skin barrier , Mugwort Acne Clay Stick dengan formula khusus yang ampuh mengatasi jerawat dan Truffle Biome. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Vol.2, No.4 Oktober2023, 2(4), 62–75*.
- Yani, M. I., & Sugiyanto. (2022). and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Edwin Jeans Indonesia on E-Commerce Shopee. *Sinomika Journal | Volume, 1(3), 443–472*. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>