

DAFTAR PUSTAKA

- Bae, B. R., & Kim, S. E. (2023). Effect of brand experiences on brand loyalty mediated by brand love: the moderated mediation role of brand trust. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistic*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/APJML-03-2022-0203>
- [Compas.co.id](https://compas.co.id), (2022). [Produk Kecantikan Tembus Transaksi Rp. 210 Miliar, Brand Lokal Terfavorit. Diakses pada 3 Agustus 2023, dari https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/](https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/)
- Dewi, K. A. A., & Aksari, N. M. A. (2017). MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(11), 6029–6060.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Finanda, I. R., & Wiwaha, A. (2017). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SALON KECANTIKAN PADA KONSUMEN MILOFF BEAUTY BAR. *Jurnal Ilmiah WIDYAEkonomika*, 1(2), 134–140.
- Fu, Y. K. (2023). Airline brand image, passenger perceived value and loyalty towards full-service and low-cost carriers. In *Tourism Review*. Hsinchu, Taiwan.
- Firmansyah, Anang. 2019. Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & strategy). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media
- Ghozali, I. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS IBM 23*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2016b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's

- purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*, 2(1), 7–23.
- Hair, Jr., Joseph F., et. al. (2011). *Multivariate Data Analysis*. Fifth Edition. New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- Jatmiko, M. R. (2021). ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPOO DOVE DI SEMARANG. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 3(1), 159–173. Diambil dari <https://jurnal.stieanindyaguna.ac.id/index.php%0AANALISIS>
- Kompas.com , (2022). Scarlett, Brand Indonesia yang Tampil di Paris. Diakses pada 3 Agustus 2023, dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/02/24/134119220/scarlett-brand-indonesia-yang-tampil-di-paris?page=all>
- Kompas.com, (2018). Korea Selatan Masih Jadi Kiblat Kecantikan Wanita Indonesia. Diakses pada 3 Agustus 2023, dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/08/20/173500420/korea-selatan-masih-jadi-kiblat-kecantikan-wanita-indonesia>
- Lombok, E. V. V., & Samadi, R. L. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK EMINA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI). *Jurnal EMBA*, 10(3), 953–964.
- M, O. M., & Rowena, J. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE , HARGA DAN KUALITAS PRODUK PRODUK HIGH END MAKE UP AND SKIN CARE PADA GENERASI MILLENIAL JAKARTA. *Jurnal Bina Manajemen*, 7(2), 161–170.
- Meilano, Y., & Hidayat, R. (2020). ANALISIS PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKIND AESTHETIC ANALYSIS OF THE EFFECT OF CUSTOMER ENGAGEMENT AND BRAND TRUST ON PURCHASE DECISIONS ON SKIND AESTHETIC PRODUCTS. *e-Proceeding of Applied Science*, 6(2), 886–893.

- Mutia, A. (2022). Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022. Diambil 1 Mei 2023, dari databoks.katadata.co.idwebsite:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>
- Siregar, S. (2012). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 77* (1–3 ed.). Jakarta: Rajawali Press.
- Siswanty, Y. E., & Prihatini, A. E. (2020). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH , BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK SARIAYU MARTHA TILAAH (Studi pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar yang berada di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 380–388.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis* (5 ed.). Bandung: CV IKAPI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser , Citra Merek , dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 53–62. Diambil dari <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*. 1–16.
- Wiwaha, R. P. (2022). Data Penjualan 7 Brand Body Lotion di Marketplace: Scarlett Masih di Peringkat Atas! Diambil 1 Mei 2023, dari [compas.co.id website](https://compas.co.idwebsite): <https://compas.co.id/article/body-lotion-di-marketplace/>
- Yolanda, R., & Soesanto, H. (2017). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK PROMOSI, DAN BRAND AMBASSADOR

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 6(4), 1–12. Diambil dari <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>