

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiah, R., Parani, S. B. D., & Farid, F. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Produk Kosmetik (Studi Pada Swalayan Grand Hero Di Kota Palu). *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 1(3), 271–278.
- Adiba, S. T., Suroso, A. & Afif, N. C., 2020. The Effect Of Celebrity Endorsement On *Brand image* In Determining *Costumer loyalty*. *Journal Of Accounting, Business And Management (Jabm)*, 27(2), 60-73.
- Agustin, R., & Hasyim. (2019). Membangun Niat Beli Secara *Online* Melalui Kemudahan Dan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 10(2), 121–132.
- Alessandro, L. C., Japariato, E., & Kunto, Y. S. (2023). Peran Mediasi *Brand image* Pada Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Produk Skin Care Nature Republic. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 24-30.
- Alma, B. (2018), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Alviska, A. R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Klinik Erha di Malang). *Manajemen Bisnis*, 7(1).
- Amalo, P. A., Niha, S. S., Manafe, H. A., & Paridy, A. (2023). Pengaruh Media Sosial , *Celebrity endorser* , *Brand image* , terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan MS Glow Kupang dengan *Trust* sebagai Variabel Intervening. 4(6), 944–957.
- Amin, M. F., & Husna, K. (2020). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Website, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pelanggan pada Tokopedia. Com. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 4(1), 117-132.
- Andjarwati, A. L., & Chusniartiningsih, E. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(2), 189-202.
- Armanto, R., Islamiah, B., & Gunarto, M. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 58-68.
- Arni, P. S., & Nuraini, D. (2022). Pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan merek sebagai variabel mediasi pada pelanggan *Skincare* Ms Glow di Surabaya. *Insight Management Journal*, 3(1), 22-30.

- Aurellia, D., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh *Brand image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui *Brand Trust* Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk *Skincare* Lokal. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 8(1), 93-101.
- Basuki, R. A., & Fairuz, N. A. (2021). Pengaruh *Celebrity endorser* Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui *Brand Trust* Pada Produk Kosmetik Focalluresebagai Variabel Moderasi. *Journal For Business And Entrepreneurship*, 5(2).
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*, 1(1), 56–70.
- Bimantari, C. (2019). *The Effect of Brand Awareness, Perceived Quality, and Brand Attitude Toward Costumer loyalty* in Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(2), 195.
- Brunet, J., Colbert, F., Laporte, S., Legoux., R., Lussier, B., & Taboubi, S. (2018). *Marketing Manajement*. Montreal: Chenelière Éducation
- Danny, S., Timothy, D., & L, Daft Richard. (2020). *Management*. In *Management* (7th ed., pp. 1–66). Cengage Learning.
- Darma, M. B., Effendi, S., & Juari, A. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan kosmetik. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(1), 1-8.
- Dwidienawati, D., Tjahjana, D., Abdinagoro, S. B., & Gandasari, D. (2020). Customer review or *influencer* endorsement: which one influences purchase intention more?. *Heliyon*, 6(11).
- Edyansyah, Teuku. 2018. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Merek Oleh Pelanggan Pada Produk Kosmetik Oriflame di Kota Lhokseumawe”. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*. Vol. 9 No. 1 : 55-72.
- Feny, W. R., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh *Celebrity endorser*, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli (Studi Pada Pelanggan *Skincare* MS Glow Beautyhome di Demak). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 168-181.
- Firmansyah, A. (2018) *Pengantar Manajemen*. Edisi ke-1. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitriani, T. N., Kurniawan, B., & Goeltom, H. C. (2023). Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Awareness* Terhadap *Costumer loyalty* Melalui *Brand Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 968-977.
- Ghosh, P. P. (2021). *Principles and Practices of Management*. New Delhi: University Science Press.

- Hasan, Ali. (2018). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Hasan, G., & Elviana, E. (2023). Pengaruh *Brand image*, Celebrity Endorsement, EWOM, *Brand Awareness* Dan Social Media Communication Terhadap *Costumer loyalty* Dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Mediasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 606-615.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT.Gramedia: Jakarta.
- Huda, O. K., & Nugroho, A. T. (2020). Pengaruh Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Merek. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 141.
- Hutahaean, W. S. (2018). *Dasar Manajemen*. Malang: Ahlimedia Press.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970-1978.
- Indriani, F., Rizal, M., & Sholehuddin, S. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement, Customer Satisfaction, Viral Marketing Dan Sertifikasi Halal Terhadap *Customerloyalty* (Studi Kasus pada Produk *Skincare* Skintific di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 882-829.
- Irawan, N. P. S. D. (2023). Pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas Pelanggan *skincare* pond's (studi kasus wilayah Surabaya selatan Kecamatan Sawahan) *Jurnal Riset Bisnis dan Management (JRBM)*, 1(1).
- Jayaputra, R., & Kempa, S. (2022). Pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *costumer loyalty* melalui *e-customer satisfaction* pada pengguna shopee food. *Agora*, 10(1).
- Joshi, M. (2019). *Essentials of Marketing*. Ventus Publishing Aps.
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL*
- Juju, U., & Hadiallah, S., (2018). Pengaruh *Celebrity endorser* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Mustika Ratu (Survei Pada Mahasiswa Feb Unpas Pengguna Kosmetik Mustika Ratu)
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.
- Kerin, R. A., & Hartley, S. W. (2022). *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.
- Koesworodjati, Y., & Sapira, M. (2023). The Effect Of *Celebrity endorser* And Prices On The Jglow Product Purchase Decision Process. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 16(1), 28-32.

- Kotler, P dan Amstrong. (2023). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P and Keller, K.L. (2018). Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa Bob Sabran. Edisi 13, jilid 2. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2018). Perilaku Pelanggan (sikap dan pemasaran). Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). Pengantar Manajemen. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas UNAS
- Kusdayanti, P. A., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh *Brand image* dan *Celebrity endorser* Terhadap Minat Beli Melalui *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Scarlett Whitening di Surabaya). 4(3), 3143–3151.
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020). Pengaruh Islamic branding, kualitas produk, dan lifestyle terhadap minat pembelian produk *skincare* pada generasi millennial di Kabupaten Kudus. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 289-302.\
- Kuswati, R. ., Putro, W. T. ., Mukharomah, W. ., & Isa, M. . (2021). The Effects of *Brand image* on *Customerloyalty*: The Role of Customer Satisfaction and *Brand Trust* as Intervening Variables. *Urecol Journal. Part B: Economics and Business*, 1(2), 58–71.
- Lau, G., Lee, S. (2018). Customers *Trust* in a *Brand* and Link to *Brand Loyalty*. *Journal Of Market Focused Management*.
- Lestari, D. A., & Nurhadi, N. (2021). 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).
- Maharani, R. A., & Achmad, N. (2024). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Bening's *Skincare* Dengan *Trustworhtiness* Sebagai Variabel Intervening. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 1037-1052.
- Mainardes, W.E., de Almeida, C. M., & de-Oliveira, M. (2019). *e-commerce*: an analysis of the factors that antecede *costumer loyaltys* in an emerging market. *Journal of International Customer Marketing*, 31(5), 447-468
- Malau, H., (2018). Manajemen Pemasaran. Bandung Alfabeta
- Manullang, M. (2018). Dasar-dasar Manajemen. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Magfiroh, I. K., Fauzi, R. U. A., & Setiawan, H. (2023, September). Pengaruh *Brand Ambassador*, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Citra Merek, Persepsi Pelanggan, Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Produk *Skincare* Whitelab (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun).

- In Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi (Vol. 5).
- Muna, N., Pratiwi, M. R., & Yusriana, A. (2021). Celebrity Endorsement dan Citra Produk Halal Dalam Membangun Loyalitas Merek: Studi pada Kosmetik Wardah. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(02), 349510.
- Nulufi, K., & Murwatiningsih. (2018). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh *Brand image* Dan Sikap Pelanggan Terhadap *Online Customer loyalty* Batik Di Pekalongan (Studi Kasus Pada Pelanggan International Batik Center Dan Pasar Grosir Setono). *Jurnal Manajemen*, 4(1 Mei), 1–134.
- Nuraida, C. F., Andharini, S. N., & Satiti, N. R. (2022). The Influence of *Celebrity endorsers* on Purchasing Intention through the Shopee Application with *Brand Trust* as Mediation Variable. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan (JAMANIKA)*, 2(03), 235-244.
- Nurdiansyah, Haris dan Robbi Saepul Rahman. (2019). Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Diandra Kreatif
- Pamungkas, R. D. (2019). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 9(1), 37-53.
- Pappas, N. (2017). The complexity of purchasing intentions in peer-to-peer accommodation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2302-2321.
- Parama, A.P, D. A., & Seminari, N. K. (2020). Pengaruh *Brand image* Dalam Memediasi Electronic Word of Mouth Terhadap *Customer loyalty* Pada Pengguna Traveloka. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 9(1), 139.
- Pudyaningsih, A. R., Imaduddin, W., & Mufidah, E. (2022). Pengaruh *Celebrity endorser* Dan *Brand image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal EMA*, 7(1), 63-72.
- Putra, I. W. G. G. P., & Sulistyawati, E. (2019). Peran *Brand Trust* Memediasi Pengaruh *Brand image* Terhadap *Brand Loyalty*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(7), 4328.
- Putri, A. J., & Syahputra, S. (2023). Pengaruh Dukungan Selebriti, Iklan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Di Bandung. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3399-3409.
- Ratnasari, R., Hermawan, A., & Winarno, A. (2023). The Influence of *Celebrity endorser*, *Brand image* and Service Quality on Purchase Decision in Tokopedia with Customer *Trust* as Intervening Variables. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 2(6), 619-637.
- Regiansa, A., & Mubarak, D. A. A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap

- Minat Beli Pelanggan (Studi pada Pelanggan Yamaha NMAX di Kota Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 24-38. <https://doi.org/10.47747/jismab.v1i1.11>
- Rismawan, I. M. A., & Purnami, N. M. (2018). *pengaruh product knowledge dan celebrity endorser terhadap costumer loyalty* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2020). *Manajemen*, Jilid 1 Edisi 13, Alih. Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta
- Rohani, S., Hufron, M., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dan *Celebrity endorser* Terhadap Minat Beli Ulang Dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Ms Glow Aesthetic Clinic Malang). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(10)
- Rossiter, J. R., & Smidts, A. (2022). Print Advertising: Celebrity Presenters. *Journal of Business Research*. Vol. 65, No. 6. Page: 874–879.
- Salsabila, A. F., & Utomo, S. B. (2023). Pengaruh *Brand image*, Kualitas Produk Dan *Celebrity endorser* Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(5)
- Satrio, D., & Putri, K. A. S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Loyalitas Pengguna Scarlett Dimediasi oleh Kepercayaan Merek (Studi pada Mahasiswa Kota Malang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 614-620.
- Schimmelpfennig, Christian. “Who Is the Celebrity Endorser? A Content Analysis of Celebrity Endorsement.” *Journal of International Cosumer Marketing*, 2018, 1.
- Setiawan, B. And Rabuani, C. 2019. Pengaruh Iklan Dan Endorser Terhadap *Brand Awareness* Serta Dampaknya Pada *Online Costumer loyalty*. *Riset: Jurnal Aplikasi Ekonomi Akuntansi Dan Bisnis*. 1, 1 (Mar. 2019), 001-015.
- Setyawan, O., & Indrastuti, S. (2021). Influence Of Product Quality, Price, Promotion And *Brand image* Towards Purchasing Decisions Of Wardah Lipstick Cosmetics In Pekanbaru City. *Jurnal Akuntansi*, 6, 142-155.
- Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, And Other Aspects Of Integrated, Marketing Communication*. Boston: Cengage.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., & Ulfah, M. (2022). *Book Of Brand Marketing: The Art Of Branding*.
- Sopiyan, P. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Hambatan Berpindah Terhadap Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Produk *Skincare* Garnier di Majalengka

- Kota). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 187-199.
- Sudarsono, H. (2020). Buku ajar: Manajemen pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (M.Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (Ed); Ke2 Ed)
- Suriyadi, F. I. (2021). Pengaruh Perceived Information Quality, Dan Endorser Credibility Terhadap *Costumer loyalty* Dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening; Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(2), 15.
- Suryana, P., & Bela, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Smartphon). *Jurnal Riset Bisnis dan Management (JRBM)*, 1(1), 43-51.
- Susetyarsi. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Desain Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Skuter Matik Yamaha Merek Mio Fino Di Kota Semarang. *Jurnal Stie*, 33-49.
- Tambunan, S. A., & Parhusip, A. A. (2023). Pengaruh *brand image dan celebrity endorser* terhadap minat beli produk *skincare* Ms Glow. *Co-Creation: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis*, 1(4), 150-158.
- Tamindael, M., & Ruslim, T. S. (2021). Pengaruh komunikasi dan citra merek terhadap loyalitas merek dengan kepercayaan sebagai mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 236-244.
- Timbuleng, S., Tumbel, A. L., & Lintong, D. C. A. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Pada Friska Beauty Studio Tomohon). *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 9(2), 1178–1184.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh *Celebrity endorser*, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1148-1160.
- Widianti, W. (2022). Pengaruh Citra Merek, Komunikasi Merek, Kepuasan Dan Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Merek. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(1), 803-828.
- Wilis, R. A., & NurAlessandro, A. (2020). *The effect of E-Service Quality , E-Trust, Price and Brand image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka' s Customer*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen,*

Ekonomi, Dan Akuntansi), 4(3), 1061–1099.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, Seventh Edition*. New York: McGraw-Hill Education