

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 14-25.
- Adjunu, M. I., Juanna, A., & Abdussamad, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT . Pos Indonesia Persero Cabang Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 39–48.
- Amanah. (2011). Pengaruh Promosi dan Brand Image Citra Merek Terhadap Loyaltis Pembelian Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Maeda. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 3(3)
- Apriliani, D., Baqiyyatus S.N., Febila. R., dan Sanjaya, V. F. (2020). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Brand Image, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyaltis Pelanggan Pada Membercard*. Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA), 1(1), 20–30.
- Arikunto, Suharsimi. (2004). *Prosedur Penelitian. Edisi Revisi Keempat*. Jakarta: Penerbit Cipta
- Artina, N. (2023). The Loyaltis Pelanggan Lipstik Maybelline Dilihat Dari Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kualitas Produk. In *MDP Student Conference* (Vol. 2, No. 2, pp. 358-364).
- Aryani, D., dan Febrina., R. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyaltis Pelanggan. *Bisnis dan Birokrasi. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2), 21-3
- Asnawi dan Masyhuri. (2009). “Metodologi Riset Manajemen Pemasaran”. Malang: *UIN-Malang Press*.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyaltis Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1-14.
- Baum, Feigen. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern. Liberty*. Yogyakarta.

- Bambang Supomo, dan Indriantoro, Nur. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama*, BPFPE, Yogyakarta.
- Cardia, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11),6762-6781
- Ching, S. L., dan Minh., C. N. (2017). Factors Affecting Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty of Mobile Phone Service Providers in Vietnam. *International Journal of Organizational Innovation*, 10(2), 75–85.
- Chiu, C. M., Wang, E. T. G., Fang, Y. H., & Huang, H. Y. (2012). *Understanding customers' repeat purchase intentions in B2C e-commerce: The roles*
- Chou, S., Kohsuwan. P., dan Thanabordeekij. P. (2019). The Impact of Corporate Image, Service Quality, Trust, and Perceived Value on Chinese Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Medical Services in Thailand. Human Behavior, Development and Society*, 20(3), 41–51
- Daga., Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*.Makassar : Global Research And Consulting Institute
- Dewi, A. R. (2019). *Pengaruh brand image dan brand trust serta kualitas produk terhadap brand loyalty melalui kepuasan konsumen pada maybelline kosmetikdi Kota Jember* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan BisnisUniversitas Jember).
- Djamaludin, M. D., dan Fahira, A. (2023). The Influence of Brand Trust and Satisfaction towards Consumer Loyalty of a Local Cosmetic Products Brand Xamong Generation Z. *Journal of Consumer Sciences*, 8(1), 27-44.
- Familiar. K., dan Maftukhah., I. (2015). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4).
- Ferrinadewi, E. (2008), *Merek Dan Psikologi Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Garrido-Morgado, Á., GonzálezBenito, Ó., & Martos-Partal, M. (2016). *Influence of customer quality perception on the effectiveness of commercial stimuli for electronic products.*

- Gaspersz, V. (2008). *Total Quality Managemant*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giddens. (2002). *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Ahli Bahasa : Dwi Kartini Jaya. Edisi Revisi dan Terbaru. Jakarta : Erlangga.
- Griffin., Jill. (2005) . *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Handayani, Ririn. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hasanuddin, M. R., Rachma. N., dan Wahono. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan(Pada Pelanggan Kedai Kopi Mr Beard Coffee Jl, Saxophone No. 47 Tunggul Wulung Lowokwaru Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(11), 39–53.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung:Alfabeta
- Istijanto. (2005) .*Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta: Indeks
- Juana., I. M. P., Sukaatmadja, I. P. G, dan Yasa., N. N. K. (2016). Peran Persepsi Switching Cost Memoderasi Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Studi Pelanggan PT Bank Mandiri (Persero), Tbk. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(3), 593–618.
- Kartajaya, H. (2004). *Hermawan Kartajaya on Brand*. Bandung: Mizan Pustaka.Kedelapan. Jakarta: Erlangga
- Khoironi, T. A., Syah., H. dan Dongoran., P. (2018). Product Quality, Brand Image and Pricing To Improve Satisfaction Impact on Customer Loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 8(3), 51–58.

- Kolonio, J., dan Djurwati.,S. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust dan ConsumerSatisfaction terhadap Consumer Loyalty pada CV Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA* Vol. 7, No. 1, pp.14-25.
- Kotler, P., dan Keller., L.K. (2016) . *Marketing Management*. Pearson Education. Fifteenth Edition.
- Kotler, P., dan Armstrong., G. (2001). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi
- Kotler, P., dan Armstrong., G. (2018). *Principles of Marketing Ed.17th* Global Edition.
- Kotler, P., dkk. (2004). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Edisi Ketiga.
- Kotler, Philip dan Keller., Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas.Jilid 1. Terjemahan oleh Bob Sabran MM. Jakarta: Erlangga
- Kristianto, A. D., dan Wahyudi., T. A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga pada Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*,2(2), 117–126
- Lena, E. M., Mursito, B., & Hartono, S. (2021). Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Produk, Citra Merek Dan Pelayanan Pada Outlet 3 Second Surakarta (Consumer Purchase Interest Assessed From The Atmosphere Store, Location, And Word Of Mouth Case Study On Solo Boutique). *Jurnal Ekbis*, 22(1), 55-68.
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelangan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54-64.
- Meilani, R. T., & Madiawati., P. N. (2020). Pengaruh Perceived Quality, Perceived Value, dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada KonsumenGrabcar. *Jurnal Education and Development*, 8(1), 408–408
- Mowen, J. C., dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1*.
- Muro-Rodríguez, A. I., Pérez-Jiménez, I. R., Esteban-Dorado, A., & Martínez-Ruiz, M. P. (2021). Food values, satisfaction, and loyalty: Some evidence in grocery retailing acquired during the COVID-19 pandemic.

- Natania, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Maybelline di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen)
- Nurhalim, A. D. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mcdonald's Cabang Shinta Karawaci. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 254–267.
- Olivia, G .R ., dan Ngatno., N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Maybelline Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 742-752.
- Rahayu, S., dan Harsono., M. (2023). Loyalitas Konsumen: Konseptualisasi, Antecedent dan Konsekuensi. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1581- 1594.
- Rahmanizar, R. (2008). *Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus pada Shampo Clear)*.
- Rahmawati, A., Padmantlyo, S., & Setyawan, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Digital, Kepercayaan Pada Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Skincare Lokal. *Determinasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 17-23.
- Ramadhany, A., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada AP Garage (Bengkel Cat & Custom). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 199-206.
- Sandri. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Produk, Harga, dan Lokasi Di Toko Sakola Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.
- Sangadji, E. M, dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: ANDI.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku 1 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat
- Setiawan, H., dan Sayuti, A. J. (2017). Effects of Service Quality, Customer Trust and

Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty: An Assessment of Travel Agencies Customer in South Sumatra Indonesia. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 19(5), 31–40.

- Simamora, Henry. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN
- Soleha, L. dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. (Jurnal Pendidikan Ekonomi: *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial* Vo.12 No. 1: Hlm. 21)
- Sriyanto, S., dan Harimurti. F. (2023). *Kepercayaan, e-Kualitas Pelayanan, Citra, Kepuasam : Anteseden Loyalitas Pelanggan Pada Marketplace Di Indonesia* *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 9 (01),118-126
- Stevani, B.V., dan Andarini, S. (2023). Pengaruh Product Knowledge, Product Quality, dan Brand Image terhadap Purchase Intention Produk Kosmetik Maybelline di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3164-3179
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugianto, J. dan Sugiharto, S. (2013). Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Price Terhadap Kepuasan Konsumen Restorant Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-10
- Sulistyawati, Ni Made Arie dan Ni Ketut Seminari. (2015). “Pengaruh Kualitas

Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar”. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8.

- Sumarsid, Paryanti., A. (2022). “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi).” *Jurnal Ilmiah M-Progress* 12(1):70–83. doi: 10.35968/m-pu.v12i1.8
- Supertini, N.P.S., Telagawati, N. L. W. S., dan Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PusakaKebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 61-73.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: And
- Tumbel, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 3(1), 64–79
- UTAMI, T.N. R. M., dan Wiyono, A. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Fremilt Di Surakarta* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta)
- Wahyuni, D., dan Ihsanuddin, I. (2019). Perceived Value dan Loyalitas Pengguna Kartu Kredit: Peran Kepuasan Sebagai Variabel Pemediasi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(2), 228–239
- Yogaswara, I. G. N. O. P., dan Pramudana, K. A. S. (2022). Peran kepuasan pelanggan memediasi pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Warung Kopi Bhineka. *EJurnal Manajemen*, 11(1), 82-101