

DAFTAR PUSTAKA

- Adieb, Maulana. 2022. **TikTok Ads: Apa Itu, Cara Memasang, Tips Menggunakan, dan Jenis-Jenis**. <https://glints.com/id/lowongan/tiktok-ads/#.YpyCxZ3P2T8>.
- Almohaimmed, Bader, MA. 2019. “The Effect of Social Media Marketing Antecedents on Social Media Marketing, Brand Loyalty and Purchase Intention : A Customer Perspective”. **Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)**. Vol. 13. Issue 4. Page 146 – 157. Qassim University. Buraydah. Saudi Arabia.
- Anggraeni, Ruri, Layaman dan Diana Djuwita. 2019. “Analisis Pemanfaatan *Social Media Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* Yang Menggunakan *Brand Trust* Sebagai Variabel Mediasi”. **Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi (UNIAT)**. Vol. 4. No. 3. Hal. 445 – 455. IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Cirebon.
- Artiniwati, Ni Nyoman Juni, Baiq Handayani Rinuastuti dan Emilia Septiani. 2022. “Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Trust Dalam Pembentukan Brand Loyalty Produk Scarlett Whitening”. **Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism**. Vol. 2. No. 2. Hal. 50 – 60. Universitas Mataram. Mataram. Nusa Tenggara Barat.
- Awali, Faisa Putri dan Sri Rahayu Tri Astuti. 2021. “Pengaruh Social Media Marketing Activities dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty : Peran Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pelanggan Produk Kosmetik Pixy di Wilayah Jawa Tengah)”. **Diponegoro Journal of Management**. Vol. 10. No. 3. Hal. 1 – 15. UNDIP Semarang.
- Benu, Fred L., dan Agus. S. Benu. 2019. **Metode Penelitian Kuantitatif : Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, dan Lainnya**. Cetakan 1. Prenada Media Group. Jakarta.
- Bilqin, Yusuf. 2018. “The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty”. **Business & Management : An International Journal (BMIJ)**. Vol. 6. Issue 1. Page 128 – 148. Bartin University, Bartin, Turki.
- Devita, Vivin Dian. 2021. **Something, Some By Mi dan The Ordinary Review Produk Paling Banyak Ditonton Di Tik Tok**. <https://iprice.co.id/trend/insights/produk-skincare-mana-yg-paling-banyak-ditonton-di-tiktok/>

- Ferdinand, Augusty. 2014. **Structural Equation Model Dalam Penelitian Manajemen : Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Doktor**. Edisi 5. Badan Penerbit : Undip Press. Semarang.
- Ginanti, Aisha Ria. 2021. **10 Produk Skincare Lokal Terbaik 2021**. <https://review.bukalapak.com/beauty/skincare-lokal-terbaik-115903>. 24 Desember 2021.
- Irawan, Alfian Dally dan Aswin Dewanto Hadisumarto. 2020. “Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing terhadap Brand Trust, Brand Equity, dan Brand Loyalty pada Platform Social Media Instagram”. **Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia**. Vol. 43. No. 1. Hal. 44 – 58. Universitas Indonesia. Depok.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2014. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Khoirinnisa, Anis and Rina Astini. 2021. “The Effect Of Experiential Marketing and Social Media Marketing On Repurchase Intention With Brand Trust As Variable Mediation For Wearing Klamby Hijab Fashion Products”. **European Journal of Business and Management Research**. Vol. 6. Issue 6. Page 35 – 41. Mercuri Buana University. Jakarta.
- Khu, Steven and Sukei. 2020. “Analysis of The Effect Of Brand Experience On Brand Loyalty Through Brand Satisfaction and Brand Trust in Wakoel Rempah Restaurant Surabaya”. **Journal of Business and Management**. Vol. 4. Issue 1. Page 65 – 83. Dr. Soetomo University. Surabaya.
- Lovelock, Christopher H., dan Lauren K. Wright. 2018. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Cetakan III. Indeks. Jakarta.
- Mei, Alyedia, Nindita Kartika Rahayu dan Rajab Ritonga. 2021. “Pengaruh Brand Reputation dan Brand Experience terhadap Trust In A Brand Serta Pengaruhnya pada Loyalitas Pelanggan”. **Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia**. Vol. 4. No. 1. Hal. 44 – 50. Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR. Jakarta.
- Nadya, Novi. 2021. **Brand kecantikan Lokal Membuktikan jadi yang Terlaris di Pasar Skincare Indonesia**. <https://www.fimela.com/beauty/read/4697941/brand-kecantikan-lokal-membuktikan-jadi-yang-terlaris-di-pasar-skincare-indonesia>
- Pertiwi, Agata Rahmi, Achmad Helmy Djawahir dan Andarwati. 2017. “Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust dan Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya)”.

Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 5. No. 2. Hal. 20 – 35. Universitas Brawijaya. Malang.

- Pratiwi, Rima Sera, Ubud Salim and Sunaryo. 2021. “The Effect Of Brand Experience and Perceived Value On Brand Loyalty Mediated By Brand Trust”. **Journal of Applied Managemen (JAM).** Vol. 19. Issue 2. Page 310 – 318. Brawijaya University. Malang.
- Peter, J. Paul dan Jerry. C. Olson. 2013. **Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.** Buku 1. Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta.
- Puspaningrum, Astrid. 2020. “Social Media Marketing and Brand Loyalty : The Role of Brand Trust”. **Journal of Asian Finance, Economics and Business.** Vol. 7. Issue 12. Page 951 – 958. Brawijaya University. Malang.
- Qomariyah, Laitul dan Didit Haryadi. 2022. “Meningkatkan Loyalitas Merek Dengan Pengalaman Merek Melalui Cinta Merek dan Kepercayaan Merek”. **Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.** Vol. 23. No. 1. Hal. 38 – 57. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Banten.
- Rachmadhaniyati dan Sanaji. 2021. “Pengaruh Social Media terhadap Customer Engagement dengan Loyalitas Merek dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”. **Jurnal Ilmu Manajemen.** Vol. 9. No. 3. Hal. 1124 – 1137. Universitas Negeri Surabaya. Surabaya.
- Ramadhani, Zulfiana Khatimah, Eny Endah Pujiastuti dan Hastho Joko Nur Utomo. 2019. “Pengaruh Brand Experience dan Brand Trust Terhadap Brand Attachment Serta Brand Loyalty”. **Jurnal Administrasi Bisnis (JaBis).** Vol. 17. No. 1. Hal. 47 – 57. UPN Veteran Yogyakarta. Yogyakarta.
- Ratnawati, Alifah dan Annisa Ayu Lestari. 2018. “Peran Brand Trust dalam Memediasi Brand Experience, Brand Personality dan Brand Community dan terhadap Brand Loyalty”. **Jurnal Ekobis (Ekonomi Bisnis).** Vol. 19. No. 2. Hal. 185 – 202. Universitas Islam Sultan Agung. Semarang.
- Safitriani dan Dewi Pur Astiti. 2020. “Peran Parental Buying Behavior dan Brand Experience terhadap Loyalitas Merek pada Remaja Rantauan”. **Jurnal Psikologi Udayana.** Vol. 1. No. 1. Hal. 88 – 98. Universitas Udayana. Jimbaran.
- Siregar, August Halomoan. 2019. “Pengaruh Trust dan Satisfaction terhadap Customer Loyalty Di Era E-Commerce Pada Toko Cheire Amore. **Jurnal Ilmiah Smart.** Vol. 3. No. 1. Hal. 1 – 10. STMB Multismart. Medan. Sumatera Utara.

Situmorang, Melvayanti dan Fatimah Muchtar. 2021. “Pengaruh Social Media Marketing Activities Terhadap Customer Loyalty Melalui Value Equity, Brand Equity, dan Relationship Equity pada Nasabah Pegadaian Tabungan Emas”. **Jurnal Ilmiah Indonesia**. Vol. 6. No. 11. Hal. 5749 – 5764. Universitas Indonesia. Depok. Jawa Barat.

Tjiptono, Fandy. 2017. **Pemasaran Strategik**. Edisi 3. Andi. Yogyakarta.

