

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, G., Wahyuningsih, D., Putu, I., & Sukaatmadja, G. (2020). The Effect of Brand Image, Product Quality, and Brand Trust on Maybelline Lipstick Customer Loyalty in Denpasar City. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 1–407. www.ajhssr.com
- Bahak Udin By Arifin, M., Aunillah, Mp., & oleh, D. (2021). *Buku Ajar Statistik Pendidikan*.
- Comala Sari, D., Pranoto, H., Putra Berutu, E., Sahputra Sitepu, E., Comala Sari Politeknik Negeri Medan, D., Heru Pranoto Politeknik Negeri Medan, M., Edi Putra Berutu Politeknik Negeri Medan, M., & Edy Sahputra Sitepu, M. (2021). *Model Struktural Kompetensi Industri 4.0 dengan Social Intelligence sebagai Variabel Intervening*.
- Daga, R. (2017). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. <https://www.researchgate.net/publication/334957485>
- Dewi Farida, P. S. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek dan Kualitas yang Dirasakan Terhadap Kepuasan dan Loyal. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 21(02), 2. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>
- Dr. Khamdan Rifa'i, SE. ,M. S. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*.
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati, Ed.). KBM INDONESIA. www.penerbitbukumurah.com
- Imam Ghozali, H. L. (2018). *Partial Least Squares Konsep, Teknki dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls*. Universitas Diponegoro.
- Investing Indonesia. (2022). *Laporan Laba Rugi Revlon Inc*. Investing.Com.
- Jasa, R. (2024). Brand Image And Product Quality On Consumer Loyalty “SKINTIFIC” Through Consumer Satisfaction As An Intervening Variable Brand Image Dan Product Quality Terhadap Consumer Loyalty “SKINTIFIC” Melalui Consumer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024, February 3). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*.
- Kotler and Armstong. (2018). *Principles of Marketing*.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Mayer, R. C. , D. J. H. , & S. F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.

- Morgan, R. M. ; H. S. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), pp.20–38.
- Nanda, D., Sudarwati, S., & Hamidah, R. A. (2023). Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Brand Trust, Inovasi Produk dan Customer Value: Studi pada Pelanggan Produk MS GLOW di Wonogiri. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1788–1800. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1987>
- Oldinia Paramita Putri Cori1, C. M. B. A. (2021). Pengaruh Kualitas, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Pada Mahasiswa PGSD Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 2, 431–441.
- Pirmanto, D., Labib Jundillah, M., & Aprian Widagdo, K. (2016). *Jenis Penelitian Menurut Kedalaman Analisis Data*.
- PT Female Daily Network. (2024). *Female daily*.
- Rahmad Solling Hamid, S. M. A. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. www.institutpenulis.id
- Revlon.com. (2025). *Revlon.com*.
- Reza Pahlevi. (2021, December 27). *Produk Bibir Jadi Kosmetik Paling Populer di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/599149b05104207/produk-bibir-jadi-kosmetik-paling-populer-di-indonesia>
- Rousseau, D. M. , S. S. B. , B. R. S. and C. C. (1998). Not So Different After All: A Cross Discipline View of Trust. *Academy of Management Review.*, 23 (3): 393-404.
- Shan Abitama Prabowo, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kualitas Informasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan CV. Lautan Mas Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(5), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Statista. (2024, February 22). *Size of the cosmetic products market worldwide from 2017 to 2023*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sutanto Priyo Hastono. (2006). *Sutanto Priyo Hastono: Analisis Data*.
- Tehuayo, E. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan terhadap Loyalitas Konsumen Shampo Sunsilk di Kota Ambon. In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e* (Vol. 2, Issue 2).
- Top Brand Award. (2023). *Top Brand Index*.

- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen*. CV Pustaka Bengawan.
<https://www.researchgate.net/publication/352361982>
- Wijayani, T., Prambudi, B., & Muhammadiyah Jakarta, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris Pada Konsumen Wardah di Gerai Pusat Grosir Cililitan)*.
<http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>