

DAFTAR PUSAKA

- Aditya. (2020). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: the Art of Branding, January*.
- Aditya Wardhana. (2020). Brand image. In *New Scientist* (Vol. 165, Nomor 2229). <https://doi.org/10.5040/9781501365287.280>
- Agustin, L., Fadhilah, M., & Kusumaningrum, N. (2025). *Pengaruh Brand Trust Dan Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Masyarakat Kota Yogyakarta)*. 14(01), 60–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jmk.v14i01.35740>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 20–30. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214>
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *buku loyalitas dan kepuasan*.
- Candani, A. M. K. M., & Yuniardi Rusdianto. (2023). Factors That Influence Brand Loyalty In Skintific Consumers. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 249–263. <https://doi.org/https://doi.org/10.32832/jm-uika.v14i2.14178>
- Dasril, J. D. M., & Sumadi. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Brand Image terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Coffee Shop Janji Jiwa di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(1), 996–1008. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/13018>

- Dava Tri Agutama Bachtiar, Ariati Anomsari, Amalia Nur Chasanah, I. F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan “Ada Swalayan” Siliwangi Semarang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 1054–1069.
- Ega Susanto, S., DaengToto, H., Krisnanto, B., & We Tenri Fatimah Singkeruang, A. (2022). Point of View Research Management The Influence of Brand Loyalty and Brand Image on Customer Satisfaction. *Point of View Research Management*, 3(1), 70–80.
<https://doi.org/https://www.journal.accountingpointofview.id/index.php/POVREMA/article/view/186>
- Fajar, Yulasmi, & Suryadi, D. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Upi). *Jurnal Perilaku Bisnis Kontemporer*, 1(2), 60–69.
<https://doi.org/10.62769/095b2560>
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). The Influence of Brand Image, Promotion, Price, and Service Quality on Purchase Decisions (Shopee Application Users). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 106–133. <https://doi.org/https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2330>
- Fauziah, M. N., & Setiawan, H. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Shopping Fashion di Instagram. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4*, 5(3), 248–253. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3271>
- Fauziridwan. (2024). *Branding Strategy di Era Digital* (Nomor March).
- FoEh, J. E., & Anggoro, D. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Indomie Di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(2), 258–275.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31937/manajemen.v14i2.2858>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation of Formative Measurement Models*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5

- Hapsari, B. C., & Astuti, S. R. T. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online Lazada dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 11(2), 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Index, Z. B. (2023). *ZAP Beauty Index*. 1–23.
- Laila, N., & Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Konsumen Konsumen Skincare MS Glow di Surabaya. *Seiko : Journal of Management & Business*, 5(2) 2022 ISSN : 2598-831X(print) ISSN: 2598-8301 (online) ptogram studi manajmen pascasarjana (STIE) AMkop Makassar, 5(2), 453–464. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.658>
- Leke, R. M., Welsa, H., & Cahya, A. D. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Indomie Goreng dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 352. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1007>
- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 2021. <https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.v11.i2.61-68>
- Liana, Y., Putri, I., Djafri, T., & Priyo, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Shopee. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 12(1), 77–85. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v12i1.1866>
- Ma'azah, N., & Prasetyo, A. (2023). Brand Image Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Skincare Safi Indonesia. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 4(2), 219–228. <https://doi.org/10.20473/ajim.v4i2.50401>
- Madjowa, I. S., Levyda, L., & Abdullah, S. (2023). Tingkat Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan Melalui Variabel Moderating Kepuasan Konsumen. *Jesya*, 6(1), 184–193. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.909>
- Manoppo, N. P. T. W. S., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, brand

- experience terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMELE Leilem. *Productivity*, 2(4), 309–314.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/34946>
- Mardian, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Pada Duta Cell Bima. *Manajemen Dewantara*, 5(1), 78–92. <https://doi.org/10.26460/md.v5i1.9651>
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Miran, I. (2021). Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen The Effect of Product Quality And Brand Image On Customer Loyalty: Customer Satisfaction As Intervening Variable (An Empirical Study Of Honda Motorcycle Customers In Kampar Regency). *Jurnal ilmiah manajemen*, 9(2), 129–140. <https://doi.org/https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i2.998>
- Muazaroh, N., Febriansah, R. E., & Indayani, L. (2024). *Ekonomis : Journal of Economics and Business Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mie Setan Prigen Pasuruan*. 8(2), 1832–1839. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1775>
- Munfaqiroh, S., Sandy Agung, A. M., & Priyo Sugiharto, D. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(2), 292–300. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v15i2.765>
- Naully, C., & Saryadi, S. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada J.Co Donuts & Coffee Java Supermall Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 974–983. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.28800>
- Oktadiani, O. D., & Laily, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo di Tunjungan Plaza Mall. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(1), 1–21. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2736/2746>

- Oktavia, Y., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 11(3), 240–252. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/54844/43888>
- Purba, W., & Sukati, I. (2025). *YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Scarlett Whitening Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. 8(1), 485–501. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/yum.v8i1.8099>
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>
- Rahman, F. A., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Seagai Variabel Intervening Konsumen Mie Sedaap Di Kabupaten Batang*. 13(2), 302–309. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2024.41218>
- Saipuloh, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel The Westin Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(9), 4441–4455. <https://ulilalbabinstitute.id/index.php/JIM/article/view/2175/1779>
- Saputri, Vicky yuli . Afirin, Rois. Mustapita, fitri A. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Cafe Litchi Di Malang). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/24096/18039#>
- Saputri, A. I., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Niat Beli Ulang. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 18–26. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357>
- Sari, F. (2024). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan terhadap Produk MS Glow di Kabupaten Tebo*. 2(4). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.54066/jurma.v2i4.2671>

- Saridewi, D. O., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1722–1738. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1072>
- Sayekti, M. D., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2511–2524. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2430>
- Setiawan, H., Firdiansjah, A., & Darsono, J. T. (2019). Effect of house prices, product quality on customer loyalty through customer satisfaction in housing Permata Royal Garden Malang. *Management and Economics Journal (MEC-J)*, 3(2), 142. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v3i2.5960>
- SKIN1004, S. (2025). *Shopee SKIN1004 Indonesia*. <https://s.shopee.co.id/2qI1jfyJk>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Syah, A. B., Prihatini, A. E., & Pinem, R. J. (2022). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada Layanan Video Streaming Digital Vuu. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 532–539. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35418>
- Umma, N., & Nabila, R. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Citra Merek dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z). *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 10(1), 30–47. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i1.8407>
- Wibowo, F. A., & Kurniawan, B. (2024). *Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dalam industri otomotif honda dengan kepuasan pelanggan sebagai variable intervening*. 5(2), 648–659. <https://doi.org/https://doi.org/10.32696/jimk.v5i2.3765>
- Widnyani, N. M., Rettobjaan, V. C., Ngurah, A. A., & Aristayudha, B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Inovasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Studi Kasus Pada Universitas Bali Internasional). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 90.

<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2792>

Widodo, R. C., & Rachma, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Pada Pengguna Samsung di FEB Universitas Islam Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(10), 71–82. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/13770>

Wirianson, K., Djali, I., Ranita, S. V., Arif, A., Manajemen, S., Internasional, P., Cendana, P., Studi, P., Pemasaran, M., Cendana, P., Studi, P., Pembangunan, E., Utara, M. S., Manajemen, P. S., Harapan, U., Layanan, K., & Pelanggan, K. (2024). *Jurnal Ilman : Jurnal Ilmu Manajemen Jurnal Ilman : Jurnal Ilmu Manajemen*. 12(2), 19–25. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman/article/view/583>

