

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. (2024). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 7(1), 131–139.
- Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*. Aswaja Pressindo.
- Abigail, J., Sari, V. P., & Saputra, D. (2024). The Influence of Product Quality and Online Shopping Experience (OSE) on Consumer Loyalty Through Customer Satisfaction on Local Skincare Products. *Procedia Computer Science*, 234, 537–544. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.037>
- Astuti, A. R., & Sudarusman, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Natural Nusantara di Gunungkidul. *Telaah Bisnis*, 20(1), 43–52. <https://doi.org/10.35917/tb.v20i1.181>
- azarinecosmetic.com. (n.d.). *Azarine sunscreen*.
- Cantona, C. F., & Alvita, M. (2024). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan pada Shopee dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 73–86. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i3.1535>
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. CV IRDH.
- Compas.co.id. (2023). *Top 7 Brand Sunscreen Terlaris di Shopee & Tokopedia*.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research and Consulting Institute.
- Damayanti, A. E., Manggabarani, A. S., & Pusporini, P. (2021). Analisis Loyalitas Pelanggan Terkait Kualitas, Harga dan Desain Produk serta Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Kosmetik Brand Wardah). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 125–151. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i2.125-151>
- Ekon.go.id. (2024). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). In *Deepublish*.
- Febrianti, D. N., Sumarsono, H., & Purwaningrum, T. (2022). Customer loyalty: The effect of brand image, product variety, and service quality (Effectiveness

- of Member Card Program of Perfume Shop in Indonesia). *International Journal of Foreign Trade and International Business*, 4(1), 27–33. <https://doi.org/10.33545/26633140.2022.v4.i1a.67>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitri, N., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skincare Whitelab (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen FEB Universitas Islam Malang). *E - Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 221–232.
- Fleming, N. (2017). *The Customer Loyalty Loop*. Career Press.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*, 3/E. (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0*. Yoga Pratama.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage. <https://doi.org/10.1201/9781032725581-7>
- Harianja, E. B., Sitompul, R., & Husna, M. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Medan). *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP) 2021*, 2, 589–597. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/download/649/259>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
- Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(3), 433–443. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i3.2517>
- Hops.id. (2024). *Yakin masih mau pakai Sunscreen Azarine? dr Kamila Jaidi beri peringatan efek sampingnya: Kalau sedang sensitif bisa bikin....*
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Jasa, R., & Asrudi. (2024). Brand Image Dan Product Quality Terhadap Consumer Loyalty “SKINTIFIC” Melalui Consumer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 400–412. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Junaedi, A. T., Wiyaya, E., Santoso, P. H., & Chandra, S. (2022). Improving

- Customer Loyalty Wardah Brand Through Brand Image and Price Fairness: Customer Satisfaction As an Intervening Variable. *Journal of Applied Management*, 20(2), 379–387. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.02.14>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management* (5th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.1093/hebz/9780198797807.001.0001>
- Kompasiana.com. (2024). *Gen Z Tidak Akan Membeli Produkmu, Kecuali...* <https://www.kompasiana.com/agilshabib/67567606ed6415630163f0a2/gen-z-tidak-akan-membeli-produkmu-kecuali>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing management 4th European edition*. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3). Pearson.
- Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. In *Pearson*.
- Kumparan.com. (2024). *Perubahan dalam Perilaku Belanja Gen Z Dibandingkan Generasi Lainnya*. <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/perubahan-dalam-perilaku-belanja-gen-z-dibandingkan-generasi-lainnya-22QS6EPC1GI>
- Kutrami, N. P. A., & Khuzaini. (2024). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Azarine. *Jurnal Ilmu Dan ...*, 13(8). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5984%0Ahttps://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/5984/6036>
- Ma'azzah, N., & Prasetyo, A. (2023). The Influence of Brand Image on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as Intervening Variable on Skincare Products. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 4(1), 219–228. <https://doi.org/10.20473/ajim.v4i2.50401>
- Marketeers.com. (2024). *Riset MarkPlus Institute Ungkap Gen Z, Quality over Quantity*. <https://www.marketeers.com/riset-markplus-institute-ungkap-gen-z-quality-over-quantity/>
- Markethac.id. (2024). *Market Report : Market Share Brand Sunscreen*.
- Nasib, Syaifuddin, & Rusiadi. (2024). *Menumbuhkan Brand Love, Brand Trust, dan Revisit Intention: Pendekatan Teoritis & Analisis*. CV. Adanu Abimata.
- Nugraheni, F. R., Sampurno, & Hatta, I. H. (2020). Analisa Citra Merek, Kualitas Produk, Perluasan Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 4(1), 13–26. <https://doi.org/10.35814/jrb.v4i1.1499>

- Nurhayati, S. (2020). Pengaruh Brand Trust, Brand Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(2), 188–198. <https://doi.org/10.54131/jbma.v7i2.100>
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. PT. Nas Media Indonesia.
- Putri, R. K., & Susanti, E. D. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Body Lotion Nivea: Studi pada Pengikut Akun Shopee Nivea Official Store. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4470–4486. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1879>
- Raharjo, S. (2018). *Panduan Analisis Faktor dan Interpretasi dengan SPSS Lengkap*.
- Rahmadani, S., Rosemanely, S., & Nurliyah. (2022). *Citra Merek (Brand Image) dan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan*. CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Rahmawati, N., & Hasan, I. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Azarine yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 207–220. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12922](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12922)
- Rianto, J. (2022). *Semua Tentang Merek*. Nas Media Pustaka.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* (Deepublish (ed.)).
- Safitri, I., & Mauludi, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina Cosmetics Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Satu Tulungagung Angkatan Tahun 2018. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(3), 305–320. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i3.3398>
- Saragih, G. S. (2024). *SUSTAINABLE MARKETING CITIZEN*.
- Saraswati, E. (2022). Market Orientation, Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Study on Sharia Banking in Indonesia. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 2(1), 26–41. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v2i1.157>
- Sarmin, S., & Choir, M. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Konsumen Produk Sari Roti Di Cikarang). *Journal Of Communication Education*, 17(2). <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v17i2.335>
- Sasikirana, S. E. A., & Rusdianto, R. Y. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Produk White Diary. *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu*

- Pendidikan*, 6(12), 10384–10391. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3364>
- Schiffman, L. G., & Wisenbli, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Seleb.kilat.com. (2024). *Gen Z Indonesia Memprioritaskan Skincare di Tengah Gempuran Ekonomi Sulit Riset Inventure 2024 Ungkap Kebiasaan Unik*.
- Slamet, R., Gata, W., Novtariany, A., Hilyati, K., & Jariyah, F. A. (2022). Analisis Sentimen Twitter Terhadap Penggunaan Artis Korea Selatan Sebagai Brand Ambassador Produk Kecantikan Lokal. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 5(1), 145–153. <https://doi.org/10.31539/intecom.v5i1.3933>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson.
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, Mulyani, Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Lestari, F. P., Irawati, N., Octaviani, L. K., Bakar, R. M., Musafir, & Dewi, I. C. (2023). Loyalitas Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sudarsono, A., Ariyanto, A., & Akbar, M. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Volume Penjualan. *Niagawan*, 11(3), 245. <https://doi.org/10.24114/niaga.v11i3.36706>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Syarifudin. (2019). *Citra Merek dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan* (M. Ramadhan & B. Rahman (eds.)). Unimal Press.
- Utama, S. Y., & Susila, I. (2024). the Effect of Product Quality and Wardah Skincare Brand Trust on Customer Loyalty Mediated By Customer Satisfaction. *International Journal of Global Accounting, Management, Education, and Entrepreneurship*, 4(2), 282–297. <https://doi.org/10.48024/ijgame2.v4i2.147>
- Wahyuningsih, G. A. D., & Sukaatmadja, I. P. 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*, 4(1), 1–407. www.ajhssr.com
- Walyatalattof, V. S. A. P., Mirfat, Marhamah, S., & Widayanti, E. (2024). Pengetahuan dan Sikap Mengenai Penggunaan Sunscreen pada Remaja di SMAN 3 Bekasi Serta Tinjauannya dalam Perspektif Islam Knowledge and Attitudes Toward the Sunscreen Use Among Adolescents in SMAN 3 Bekasi and its Review from an Islamic Perspective. *Junior Medical Journal*, 2(7), 811–819.

- Wulandari, F. R., & Tamonsang, M. (2024). The Effect of Product Quality Dimensions on Customer Loyalty for Skincare Products The Originote By Using Customer Satisfaction as A Mediating Variable (Study on Students of the Faculty of Economics and Business , Wijaya Kusuma University Surabaya). *Proceedings of the International Symposium on Management*, 21, 769–774.
- Yolanda, V., & Keni, K. (2022). Customer Brand Engagement Dan Brand Experience Untuk Memprediksi Brand Loyalty Skincare Lokal: Variabel Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 380–393. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.19506>
- Yunanda, V., & Suharto. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Media Sosial Instagram Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Skincare Rannia Di Kota Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 3(1), 197–212. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>