

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ahmed, Z. (2014). *Effect of Brand Trust and Customer Satisfaction on Brand Loyalty in Bahawalpur*, Journal of Sociological Research, ISSN 1948- 5468, Volume V, p. 306-326.
- Alhaddad, A. A. (2015). *Perceived Quality, Brand Image, and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty*, Journal of Research in Business and Management, Volume III, p. 01-08.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chaudhuri, A., and Holbrook, M. B. (2001). *The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty*, Journal of Marketing, 65(2), p. 81-93.
- Danang, S. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Darajarti, M., Lubis, A. R., and Utami, S. (2020). *Determinant of Brand Loyalty With Commitment as a Mediation: Study In Wardah Cosmetics In Banda Aceh*, International Journal of Business Management and Economic Review, Volume III, p. 169-179.
- Delgado, E., and Munuera, J.L. (2005). *Does Brand Trust Matter to Brand Equity?.* Journal of Product & Brand Management, Volume XIV, p. 187-196.
- Dharmayana, I. M. A., dan Rahanatha, G. B. (2017). *Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali*. E-Jurnal Manajemen Unud, [S.l.], Volume VI, hlm. 2018-2046.
- Geçti1, F., and Zengin, H. (2013). *The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey*. International Journal of Marketing Studies,

Siti Hertiwi Khasanah, 2021

**ANALISIS CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id ]

Volume V, No. 2, p. 111-119.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ginting, N. F. H. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.

Hartono, H., Hutomo, K., dan Mayangsari, M. (2012). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian*. *Binus Bussiness Review*, Volume III, hlm. 882-897.

Hasan, Ali. (2013). *Marketing*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Media Pressindo.

Jabarprov.go.id. (2018). *Kota Bogor Menuju Wisata Halal*. Diakses 08 April 2020 dari <https://jabarprov.go.id/index.php/news/29633/2018/08/30/Kota-Bogor-Menuju-Wisata-Halal>.

Kapferer, J. (2008). *New Strategic Brand Management: Creating And Sustaining Brand Equity Long Term*. London and Philadelphia: Kogan Page Limited.

Kemenperin.go.id. (2019). *Kemenprin Optimis Pertumbuhan Industri Kosmetik Sentuh 9 persen*. Diakses 07 Februari 2020 dari <https://kemenperin.go.id/artikel/20557/Kemenperin-Optimistis-Pertumbuhan-Industri-Kosmetik-Sentuh-9-Persen>.

Kemenperin.go.id. (2019). *Kinerja Industri Kosmetik Nasional Lampauai Pertumbuhan Ekonomi*. Diakses 06 Februari 2020, dari <https://kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampauai-Pertumbuhan-Ekonomi>.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, P., and Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*, 14 th Edition. New Jersey: Prentice-Hall Published.

- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*, Edisi 12, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kumparan.com. (2018). *Daftar Kosmetik Halan di Indonesia yang telah Disertifikasi MUI*. Diakses 08 Februari 2020, dari <https://kumparan.com/kumparanstyle/daftar-kosmetik-halal-di-indonesia-yang-telah-disertifikasi-mui-1548333618812262658>.
- Mabkot, H. A., Amran, Hasnizam. (2017). *The Influence of Brand Image and Brand Personality on Brand Loyalty, Mediating by Brand Trust: An Empirical Study (Pengaruh Imej Jenama dan Personaliti Jenama ke Atas Kesetiaan Jenama, Kesan Pengantara Kepercayaan Jenama: Kajian Empirikal*, Jurnal Pengurusan 50(2017), 71–82.
- Manorek, S. L. (2016). *The Influence of Brand Image, adertising, Perceied Price toward Customer Purchase Intention*. 16(1), p. 661-670.
- Mowen dan Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga
- Mwai, L. K., Muchemi, D. A. W., & Ndungu, C. W. (2015). *Analysis of Brand Loyalty in Cosmetic Products: A Case of Selected Salons in Nyeri Town*, Journal of Economics and Sustainable Development, Volume VI, p. 210-218.
- Ni'mah, A., Robustin, T. P., & Hidayat, Z. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Wardah Kosmetik Studi Kasus Pada Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang*, Volume II, P. 549-556, Progress Conference, E-ISSN : 2622-304X, P-ISSN : 2622-3031.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.

- Novitasari, A., dan Suryani, T. (2019). *Peran kepercayaan merek, citra merek, dan celebrity endorsement terhadap loyalitas merek bedak tabur wardah*. *Journal of Business and Banking*, Volume VII.
- Pamungkas, R. D. (2019). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek sepatu NIKE di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 9(1), 37. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i1.1950>
- Paragon-innovation.com. (2020). *About Paragon*. Diakses 8 February 2020, dari <https://www.paragon-innovation.com/about-paragon>
- Purnomo, A., dan Oktavia, E. H. (2018). *Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan Dan Karakteristik Merek Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Kosmetik Lipstik Wardah Pada Mahasiswi Universitas Bandar Lampung*, *Jurnal SOSIALITA*, 2(April), hlm. 53–60.
- Rahayu, S., dan Harsono, M. (2017). *Kepercayaan Merek dan Brand Affect Sebagai Antecedent dari Loyalitas Merek*, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi*, Volume XVIII, hlm 16-22.
- Ramiz, M. et al. (2014). *Factors Effecting Brand Loyalty towards Samsung Products Muhammad Ramiz Department of Management Sciences*, *Journal of Sociological Research*, ISSN 1948-5468 2014, Volume V, p. 327-349.
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2017). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizan, M. et al. (2012). *Pengaruh Brand Imagedan Brand Trust terhadap Brand Loyalty teh Botol Sosrosurvei Konsumen Teh Botol Sosro Di Food Courtitc Cempaka Mas, Jakarta Timur*, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Volume III, p. 327-349.
- Sahin, A., Zehir, C., and Kitapci, H. (2011). *The Effects of Brand Experiences, Trust and Satisfaction on Building Brand Loyalty: An Empirical Research on Global Brands*. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24(2011), 1288–1301.

- Sangadji, E. M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai*. Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman, L., and Wisenblit, L. (2015). *Consumer Behavior*. Ed. 11. Harlow: Pearson Education.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Jakarta: Prentice Hall.
- Shanti, M. et al. (2019). *Cognitive-Affective Aspects Of Forming Brand Loyalty*. Journal of Applied Management (JAM), Volume XVII, hlm 275-284.
- Sopiah dkk.. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati dan Handayani, T. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Bolt*. Ekonomi dan Bisnis, Volume II, hlm. 143-154.
- Suprpto, H. (2017). *Metodologi Penelitian Untuk Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Tjiptono. (2011). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono & Chandra. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Topbrand. (2020). *Topbrand Awards*. Diakses 12 Februari 2020, dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>.
- Widodo, T. H., & Tresna, P. W. (2018). The Influence of Brand Trust on Brand Loyalty (Study on AS Card Users in STIA YPPT Priatim Tasikmalaya). *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, Volume III, 81–88.
- Yee, C. Y., & Shaheen, M. (2016). Factor that influences consumers ' brand loyalty towards cosmetic products. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*, 1(1), 12–29. Retrieved from <http://www.journal-of-marketing-management-and-consumer-behavior.com/index.php/JMMCB/article/view/3>.