

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, Afnina, & Yulia Hastuti. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 9(1):21–30. Doi: 10.33059/Jseb.V9i1.458.
- Ahmad, Maimun, Tinneke M. Tumbel, & Johny A. F. Kalangi. (2020). "Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado." *Jurnal Administrasi Bisnis* 10((P-Issn 2338-9605; E-2655-206x)):1–7.
- Alaan, Yunus. (2016). "Responsiveness Dan Assurance Terhadap Customer Satisfaction: Penelitian Pada Hotel Selera Bandung." *Jurnal Manajemen* 15(2):255–70.
- Ambarwati, Miki, Sunarti, & Mukhammad Kholid Mawardi. (2015). "(Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent)." 25(1).
- Amila, S.(2017). "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam* 6(1):660–69.
- Amin, Muslim, Zatilaziya Yahya, Wan Faizatul Aniza Ismayatim, Siti Zaroha Nasharuddin, & Emilia Kassim. (2013). "Service Quality Dimension And Customer Satisfaction: An Empirical Study In The Malaysian Hotel Industry." *Services Marketing Quarterly* 34(2):115–25. Doi: 10.1080/15332969.2013.770665.
- Andra Miranthi, & Idris1. (2017). "Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Penumpang New Atlas Taksi Semarang)." *Diponegoro Journal Of Management* 6(3):1–8.
- Annisa Aurelia Ekasamanda. (2022). "Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Produk Scarlett Whitening." 10:233–43.
- Anthony Hartanto, & Fransisca Andreani. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di De Mandailing Cafe Surabaya." 7(1).
- Arista, Desi, & R. Sri. (2011). "Analisis Pengaruh Iklan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen." *Aset* 13(1):37–45.
- Aryani, Dwi, & Febrina Rosinta. (2010). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi* 17(2):114–26.

- Barokah, S., D. Mustofa, & P. P. Rahmadani, (2021). “Kredibilitas *Celebrity Endorser* Dan Minat Beli Penggemar Raffi Ahmad Dan Nagita Slavina Terhadap Skincare Ms Glow.” *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business* 4(3):511–20.
- Botha, Reiner. (2018). “*Machine Translated By Google* Universitas Kwazulu-Natal Kualitas Layanan Pada Waralaba Perawatan Kulit: Studi Kasus Klinik Perawatan Kulit Placecol Di Durban, Afrika Selatan.”
- Compas.Co.Id. (2021). “10 *Brand Skincare* Lokal Terlaris Di *Online Marketplace*.” Retrieved (<https://Compas.Co.Id/Article/Brand-Skincare-Lokal-Terlaris/>).
- Ekowati, Wiwik Putri Wahyu Ningsi Sri. (2021). “Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Ms Glow*.” *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)E-Issn 2723-424x* ||Volume||2||Nomor||1||Juli ||2021|| Website: [Www. Jurnal.Imsi.Or.Id](http://www.jurnal.imsi.or.id) 50–57.
- Fakaubun, Ummi Fitria Kalsum. (2019). “Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas Di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo , Malang).” *Jurnal Ilmu Manajemen* 4(2):221–34.
- Girsang, Nitasri Murawaty, Endang Sulistya Rini, & Parapat Gultom. (2020). “*European Journal Of Management And Marketing Studies The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra*.” *European Journal Of Management And Marketing Studies* 5(1):40–57. Doi: 10.5281/Zenodo.3627548.
- Gunardi, Charlie Giovanni, & Rezi Erdiansyah. (2019). “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku.” *Prologia* 3(2):456. Doi: 10.24912/Pr.V3i2.6387.
- Hadisurya, Julia. (2008). “Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank.” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 1(2):78. Doi: 10.25105/Jmpj.V1i2.1211.
- Hair, Joseph F.,G. Tomas M. Hult., Christian M. Ringle., & Marko Sarstedt. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modelling (Pls-Sem)*. 2e Edition.
- Hanjani, Giovanni Antania, & Arry Widodo. (2019). “*Consumer Purchase Intention: The Effect Of Green Brand And Green Knowledge On Indonesian Nestle Company*.” *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis* 3(1):39–50.
- Hendrison, & Nur Elfi Husda. (2020). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Asuransi Reliance

- Indonesia.” *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 8(1):34–42. Doi: 10.35829/Magisma.V1i1.67.
- Herawati, Niken, Aris Hidayat, And Suwarsito Suwarsito. 2018. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Mitra Manajemen* 2(5):522–35. Doi: 10.52160/Ejmm.V2i5.157.
- Intan Ayu Cahyani, & Ir. Ginanjar Syamsuar. (2020). “Sebagai Variabel Intervening Produk *Good Day* (Studi Kasus Di Kelurahan Sungai Bambu).” 1–25.
- Jogiyanto, H. M. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: Bpfe.
- Karyati. (2016). “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi Fe Uny (Studi Kasus Pada Siswa Kelas Xii Ips/Iis Sma Negeri Di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016).”
- Kotler P. (2010). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*. Salemba Empat Jakarta.
- Laksmi, Alit, & I. Wardana. (2015). “Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 4(7):253559.
- Liza, Nora, & Nurul S. Minarti. (2016). “*The Role Of Religiosity, Attitude As Determinan Purchase Intention.*” *Proceedings The International Multidisciplinary Conference* 135.
- Lubis, Alfi Syahri, & Nur Rahmah Andayani. (2018). “Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam.” *Journal Of Applied Business Administration* 1(2):232–43. Doi: 10.30871/Jaba.V1i2.619.
- Made, Ni, Arie Sulistyawati, & Ni Ketut Seminari. (2015). “12882-1-27881-1-10-20150814 (1).” 4(8):2318–32.
- Maharani, Ashifa, Rois Arifin, & M. Khoirul Anwarodin Broto Suharto. (2022). “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan Ms Glow Pada Rentang Usia 18-25 Tahun Di Kota Malang.” *E-Jrm Prodi Manajemen* 123–41.
- Manik, Veronika. (2021). “Pengaruh *E-Service* Dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalitas* Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi.”
- Martinez, Briana, & Soyoung Kim. (2012). “*Predicting Purchase Intention For Private Sale Sites.*” *Journal Of Fashion Marketing And Management* 16(3):342–65. Doi: 10.1108/13612021211246080.
- N. P. Sari, & I. Razak. (2021). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan

- Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Performa* 5(4):295–302. Doi: 10.37715/Jp.V5i4.1783.
- Nadia Fevrier Hardieka. (2018). “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Kosmetik Maybelline (Studi Pada Mahasiswi Pengguna Kosmetik Maybelline Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang).”
- Neni Rambe, Choiril Maksum, & Moch Jasin. (2019). “Pengaruh Pelayanan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Dan *Word Of Mouth*.” 1(3):241–61.
- Noor, Mitha Fadilla. (2014). “Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty*.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 3(2):127–40.
- Pambudi, Amadea Rahma. (2019). “Pengaruh *Store Layout* Dan *Food Quality* Terhadap Minat Beli Ulang Dan *Customer Satisfaction* Pada *Ready To Eat Bakery*.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13(1):1–7. Doi: 10.9744/Pemasaran.13.1.1-7.
- Rahayu, Sri, & Tri Astuti. (2021). “(Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng Babe Kabupaten Pati) *This Study Aims To Examine The Effect Of Service Quality , Product Quality , Brand Image And Perceived Value On Repurchase Intention Through Customer Satisfaction As An Intervening At .*” 10:1–14.
- Ratri, Lutiary Eka. (2007). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ristanti, Vivi, Muchsin Saggaff Shihab, & Endi Rekarti. (2016). “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan.” 1–23.
- Rohani, Siti, M. Hufron, & Mohammad Rizal. (2020). “Pengaruh Media Sosial Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Ulang Dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Ms Glow Aesthetic Clinic Malang).” 48–65.
- Saidani, Basrah, & Samsul Arifin. (2012). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market.” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 3(1):1–22.
- Santika, I. Wayan. (2017). “Pengaruh *Celebrity Endorser , Brand Image ,* Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Era Perdagangan Bebas Dan Globalisasi Sekarang Ini Ditandai Dengan Sema.” 6(10):5720–47.
- Savitri, Ida Ayu Putu Dian, & I. Made Wardana. (2018). “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7(10):5748. Doi: 10.24843/Ejmunud.2018.V07.I10.P19.

- Semuel, Hatane, & Kelvin Yohanes Setiawan. (2018). "Promosi Melalui Sosial Media, *Brand Awareness, Purchase Intention* Pada Produk Sepatu Olahraga." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 12(1):47–52. Doi: 10.9744/Pemasaran.12.1.47.
- Semuel, Hatane, & Julian Wibisono. (2019). "*Brand Image, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya.*" *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13(1):27–34. Doi: 10.9744/Pemasaran.13.1.27-34.
- Septian Wulandari & Novi Marlana. (2020). "Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Transportasi Migo Di Surabaya Septian Wulandari Novi Marlana." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 8(2):791–97.
- Setyawati, Kiki Eka. (2018). "Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya)."
- Shafiee, Majid Mohammad, Ali Sanayei, Arash Shahin, & Hossein Rezaei Dolatabadi. (2014). "*The Role Of Brand Image In Forming Airlines Passengers' Purchase Intention: Study Of Iran Aviation Industry.*" *International Journal Of Services And Operations Management* 19(3):360–76. Doi: 10.1504/Ijsom.2014.065370.
- Simamora, Virgo, Program Studi, Administrasi Bisnis, Keputusan Pembelian, & *Brand Image*. (2020). "Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image Skincare Nature.*" *Journal For Business And Entrepreneurship* 4(2):22.
- Soltani, Morteza, Mohammad Rahim Esfidani, & Gholamreza Jandaghi. (2016). "*The Effect Of Service Quality On Private Brand Image And Purchase Intention In The Chain Stores Of Etk.*" 47(2):202–16.
- Subagio, Hartono, & Robin Saputra. (2012). "Pengaruh *Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction* Dan *Image* Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia)." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 7(1):42–51. Doi: 10.9744/Pemasaran.7.1.42-52.
- Subastian, Dya Viani, Diah Ayu, Retno Palupi, Emilia Firsya, & F. Vicky. (2021). "*Celebrity Endorser Raffi Ahmad* Terhadap." 2(1):1–10.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 3. Bandung Penerbit Alfabeta.
- Suhaily, Lily, & Yasintha Soelasih. (2017). "What Effects Repurchase Intention Of Online Shopping." *International Business Research* 10(12):113. Doi: 10.5539/Ibr.V10n12p113.
- Supriadi, Bambang, Widji Astuti, & Achmad Firdiansyah. (2017). "*Green Product And Its Impact On Customer Satisfaction.*" *Iosr Journal Of Business And Management (Iosr-Jbm)* 19(8):1 9. Doi: 10.9790/487x-1908033542.

- Tariq, Muhammad Irfan, Muhammad Rafay Nawaz, Muhammad Musarrat Nawaz, & Hashim Awais Butt. (2013). “*Customer Perceptions About Branding And Purchase Intention: A Study Of Fmcg In An Emerging Market.*” *J. Basic. Appl. Sci. Res* 3(2):340–47.
- Technobusinessmedia. (2020). “Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia.” *Miza Alvina*. Retrieved March 21, 2022 (<https://Technobusiness.Id/Insight/Spire-Insights/2020/10/30/Spire-Insight-Potensi-Pasar-Kosmetik-Indonesia/>).
- Tjiptono, Fandy. (2008). “Strategi Bisnis Pemasaran.” Yogyakarta: Andi 68.
- Vanya Vydiamanta. (2022). “Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Sayur Menggunakan Aplikasi Daring: Apakah Wom Dan Kualitas Produk Memengaruhi?” (8.5.2017):2003–5.
- Wijaya, Hilman. (2014). “*Consumers ’ Perceptions Mediated By Attitude Consumer Towards Repurchase Intention Of Private Label Staple Goods ...*”
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. World Scientific. 7th Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Wonok, Praisya Gabriella, & Sjendry Loindong. (2018). “Pengaruh Minat Transaksional, Refrensial, Dan Prefrensial Terhadap Minat Mereferensikan Produk Roxy Di Quicksilver Mantos.” 6(4).
- Wu, Paul C. S., Gary Yeong Yuh Yeh, & Chieh Ru Hsiao. (2011). “*The Effect Of Store Image And Service Quality On Brand Image And Purchase Intention For Private Label Brands.*” *Australasian Marketing Journal* 19(1):30–39. Doi: 10.1016/J.Ausmj.2010.11.001.
- Wu, Shwu Ing, & Chen Lien Lo. (2009). “*The Influence Of Core-Brand Attitude And Consumer Perception On Purchase Intention Towards Extended Product.*” *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics* 21(1):174–94. Doi: 10.1108/13555850910926317.
- Yang, K. F., H. W. Yang, W. Y. Chang, & H. K. Chien. (2017). “*The Effect Of Service Quality Among Customer Satisfaction , Brand Loyalty And Brand Image.*” 2286–90.

