

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. In N. Saputra (Ed.), Yayasan Penerbit Muhammad Zaini (Cetakan: Juli 2022). Sigli: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Alexander, G., & Widjaja, W. (2024). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening Nike*. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(1), 45–60.
- Ali, H., Rivai Zainal, V., & Rafqi Ilhamalimy, R. (2022). *Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management)*. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141–153.
- Alim, S. A. (2018). Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei Pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang). (*Skripsi*, Universitas Brawijaya). <http://repository.ub.ac.id/162121/>
- Arbainah, Aprilian, Y., & Arifin, Z. (2024). Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah di Tembilahan. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi Bisnis JMEB*, 1(2), 117–127.
- Ariyono, K. Y. (2021). *Impact of Halal Products on Purchase Decisions and Customer Satisfaction*. *International Journal of Accounting and Management Research*, 1(2), 52–57.
- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(2), 53–62.
- Budiawan, E., & Iswati. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di Surabaya Timur. *Jurnal Bisnis Net*, 7(2), 568–580.
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding: Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global (T. Editor (ed.); Cetakan ke-1)*. Depok: Rajawali Pers.
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Moderating*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 50–62.

- Darmawan, A. D. (2024). Mayoritas Penduduk Kabupaten Bekasi pada 2024 adalah Usia Produktif. Databoks.Katadata.co.id. Diakses pada 24 Juli 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/60992c47e4e5f62/mayoritas-penduduk-kabupaten-bekasi-pada-2024-adalah-usia-produktif>
- Dokter Detektif. (2024). *Review Brand O* yang dipake para Gen Z. Diakses pada 22 Oktober 2024, dari <https://vt.tiktok.com/ZSSJfU3Xu/>
- Dwi Imani, R., Sucipto, H., Afridah, N., Syaifulloh, M., & Bambang Riono, S. (2023). Penyuluhan Pentingnya Label pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan. *ITAKARYA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 43–55.
- Fatihah, A. N. (2022). Pengaruh Label Halal dan Toyyib terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Produk Makanan dan Minuman (Studi Kasus Masyarakat Kec. Wara Kota Palopo). (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Palopo). <Http://Repository.Iainpalopo.Ac.Id/>
- Fauzi, A. V., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 8(1), 426–441.
- Fikayuniar, L., Tussyadah, L., Kusumawati, A. H., & Hotimah, N. (2022). Formulasi dan Evaluasi Karakteristik Serum Antioksidan Ekstrak Etanol Umbi Bit Merah (Beta Vulgaris L.). *Jurnal Buana Farma*, 2(3), 1–7.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. In Q. Media (Ed.), *Buku Pemasaran Produk dan Merek (Cetakan Pertama, Issue August)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. R. (2021). Peningkatan Loyalitas Konsumen Melalui Kualitas Produk, Labelisasi Halal dan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada *Outlet* Pusat Jenang Mubarak di Kudus). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Fitri, M. (2023). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Minat Beli Produk Scarlett. (*Skripsi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan). <https://repo.stie-pembangunan.ac.id/id/eprint/730/>
- Fitria, S. S. (2020). Analisis *Service Quality* dan *Brand Trust* terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi Tiki. (*Skripsi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas Bandung). <http://repository.ekuitas.ac.id/bitstream/handle/123456789/1429/Skripsi%20Silva%20Salsa%20F%20A10160337.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education (Eighth Edition)* (S. Kiefer (ed.)). New York: McGraw-Hill.
- Hakimy, I. F. L. (2024). Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Dimediasi oleh Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan di Kota Malang. (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang). <http://etheses.uin-malang.ac.id/69312/>.

- Hidayaturohma. (2021). Pengaruh *Brand Trust* dan Kualitas Pelayanan Jasa terhadap *Customer Retention* dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening* pada Jasa P Jek di Kecamatan Jatirogo Kabupaten Tuban (Studi Kasus Pada Pelanggan P JEK di Kecamatan Jatirogo Kabupaten). (*Skripsi*, UIN Sunan Ampel Surabaya). http://digilib.uinsa.ac.id/50378/2/Hidayaturohma_G73217051.pdf
- Hijrayah, F., Prianka, M., & Dermawan, R. (2022). *The Influence Of Brand Trust On Brand Loyalty With Customer Satisfaction As Intervening Variable* (Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening*). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2266–2274.
- Hossain, M. A., & Quaddus, M. (2012). *Expectation–Confirmation Theory in Information System Research: A Review and Analysis*. *Springer Science+Business Media*, 1, 441–469.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Cetakan Pertama, Vol. 11, Issue 1)*. Surabaya: Unitomo Press
- Indratriyana, R., Utomo, A., & Nugroho, A. P. (2021). *The Influence of Trust Brand Image and Service Quality on Consumer Satisfaction in Pegadaian Cabang Sragen*. *AKTUAL : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(1), 47–59.
- Japarianto, E., & Agatha, F. (2020). Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada Pengguna Shopee di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1–10.
- Kadi Ari, C. D., Fauzi Ananta, U. R., Damayanti, Y. R., & Yani Mustika, E. K. (2023). *Labeling, Packaging, dan Branding sebagai Peningkatan Minat Beli Konsumen pada UMKM Selai Srikaya Jumbo Desa Pupus Lembeyan Magetan*. *Citakarya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–12.
- Karina, M., Pujiati, H., & Arisandi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Adira Finance Cimanggis. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 11(1), 1–13.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Managemet (Global Edition)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen Produk *Body Lotion* Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(6), 743.
- Lailla, N., & Tarmiz, M. I. (2021). Pengaruh Label, Video Produk dan Laporan Keuangan *Online* untuk Pengembangan Usaha pada Usaha Rumahan Keripik Tempe Wiwin. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 1–8.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran (C. Dr. Hendri Herman S.E., M.Si. (ed.); Cetakan I)*. Batam: Cita Semesta.

- Lewis, & Sitompul, S. S. (2021). *Influence of Product Quality, Price, Brand Trust and Service Quality on Customer Satisfaction in CV Mitra Matra Mandiri Pekanbaru. Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(1), 112–121.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif (A. Q. Habib (ed.); Cetakan 3.)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Makarim, dr. F. R. (2021). Kapan Anak Remaja Butuh Memakai *Skincare*? Diakses 27 Januari 2025, dari https://www.halodoc.com/artikel/kapan-anak-remaja-butuh-memakai-skincare?srsltid=Afmboorducvma2e3jaxizppdfth2e1xfmvmcmehtaafjvyy_Gs1jyua
- Manurung, B. L., Monica, E., & Rollando, R. (2023). Formulasi dan Evaluasi Antioksidan Daun Kelor *Moringa Oleifer L* dalam Sediaan Serum dengan Metode Senyawa Radikal DPPH. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 3(2), 1-12.
- Marissa, N., Anita, E., & Nofriza, E. (2023). Pengaruh Label Halal, Desain dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Produk Kosmetik pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 219–237.
- Marlius, D., & Anwar, F. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan *Company Reputation* terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Pundi*, 7(2), 185–200.
- Maulida, W. U., Andari, T. T., & Yulianingsih, Y. (2024). Pengaruh *Brand Trust*, *Customer Value* dan *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction* pada CV. Syifa Adventure. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1023–1035.
- Maysafira, D., & Bawono, A. (2024). Pengaruh *Quality Product*, *Brand Image*, Halal Label terhadap *Customer Satisfaction*. *Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Ar-Raniry*, 1–11.
- Merdiani, M. W (2024). *Kepuasan Pelanggan Pendekatan Offline dan Online (Edisi Pertama)*. Bandung: Expert.
- Muliani, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Helm Merek KYT di Kota Pekanbaru. (*Skripsi*, Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau). <http://repository.uin-suska.ac.id/79628/2/skripsi%20lengkap%20kecuali%20bab%20iv.pdf>
- Nabila, A. N., & Sutedjo, B. (2024). *The Influence of Brand Equity and Brand Trust on Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Study at Women Who Use Scarlatte Whitening Skincare and Bodycare Product)*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2024.
- Nasrullah, Remmang, H., & Chahyono. (2023). *Manajemen Pemasaran Iklan Media Sosial dan Brand Image di Era Digitalisasi (M. Said (Ed.); Cetakan 20)*. Makassar: CV. Berkah Utami.

- Novrianda, H. (2024). Kepuasan Pengguna *Smartphone* Samsung: Peran *Brand Trust* dan *Brand Image* dalam Perspektif Mahasiswa UT Bengkulu. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 18(1), 158–165.
- Nugraheni, V. A. (2024). Pengaruh *Country of Origin*, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Terhadap Produk *Skincare* Avoskin Beauty (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Journal Of Social Science Research*, 4(3), 7633–7642.
- Nurani, Mokhammad Eldon, & Berty Phechilia Ruspindya. (2022). Pengaruh *Servicescape*, *Brand Image*, dan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Konsumen. *BEMJ: Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 1(1), 42–49.
- Oktavia, D. D., & Hasanah, U. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen *Shopeefood* di Kota Malang. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 26.
- Oliver, R. L. (1980). *A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions*. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Palupi, S. P. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Label Halal terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Terhadap Pembelian Produk *Ice Cream Mixue* di Kota Semarang). (Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang). <http://repository.unissula.ac.id/39479/>.
- Pramudya, F., & Akbar, R. R. (2024). Pengaruh *Brand Image* dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan *Marketplace* Lazada di Kota Bandung. *ECO-Buss*, 7(1), 709–718.
- Pratama, I. R., & Sagir, J. (2024). Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Trust* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk dan Jasa Perusahaan Gadaai Maju Aman Sejahtera Mataram. *UNRAM Managemet Review*, Vol 4 No.4, 19–27.
- Pratiwi, D., Lumbanraja, M. M. M., & Junaidi, R. (2023). Pengaruh *Word of Mouth* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen *Restaurant* Tradisional Pekanbaru. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 4(2), 194–206.
- Priliandanim, S. M., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo Di Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(2), 463–476.
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Silitonga, H. P., Fitrianna, N., SN, A., & Ernand, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi (R. Watrianthos (Ed.); Cetakan 1.)*. Pematangsiantar: Yayasan Kita Menulis.
- Purnamasari, Y. (2024). Pengaruh Labelisasi Halal, Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Seblak Endes Cabang Colomadu

- Kabupaten Karanganyar). 3(01), 371–378.
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: CV Jakad Publishing.
- Putrawansyah, R. (2024). Pengaruh Desain Produk, *Brand Image* dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Specs di Aplikasi Instagram pada Masyarakat Kota Pekanbaru, Riau. (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). <http://repository.uin-suska.ac.id/79514/2/skripsi%20rizki%20putrawansyah.pdf>
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing (Cetakan Pertama)*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung (Grup CV. Widina Media Utama).
- Putri Dewa Agustin, & Ahmad Yazid Lubis. (2023). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Bittersweet By Najla terhadap Kepuasan Konsumen Pada Followers Instagram @Bittersweet_By_Najla. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(3), 61–65.
- Putri, M. T. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk *Skincare* The Originote terhadap Keputusan Pembelian Produk. (*Skripsi*, Universitas Ahmad Dahlan). https://eprints.uad.ac.id/62261/8/t1_1900030232_naskah_publicasi__240314113921.pdf
- Qanita, A., & Albab, Z. U. (2020). Pengaruh *Quality Awareness* dan *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* pada Produk Wardah. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 13–22.
- Rahayu, S., Setiawan, Z., Sidanti, H., Juliana, Hasnin, H. R., Ningsih, A., Nurofik, A., Hidayat, M., Sulaiman, E., Nasib, Diawati, P., & Hasibuan, S. W. (2022). *Manajemen Pemasaran (F. Mony (Ed.); Cetakan: November 2022)*. Yogyakarta: Nuta Media.
- Rahmatillah, A. N. (2024). Pengaruh *Hygiene*, Harga dan Labelisasi Halal terhadap Kepuasan Konsumen. 3(01), 379–388.
- Rasyidi, H. (2023). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan *Customer Satisfaction* di *Greens Café Balige*. (*Skripsi*, Universitas Medan Area). <https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/21739/1/198600069%20-%20Hasnan%20Rasyidi%20-%20Fulltext.pdf>
- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen (M. A. M Hamdi HS, S.IP. (ed.); Cetakan 1.)*. Jember: UIN KHAS Press.
- Rusmiati, N. N., & Sudiarini, N. K. (2024). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu di *Green Kubu Cafe Gianyar Bali*. *Journal Of Tourism And Interdisciplinary Studies (JoTIS)*, 4(2), 30–47.

- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian (T. Koryati (ed.))*. Medan: Penerbit KBM Indonesia.
- Saputra, F. H. (2024). Pengaruh *Brand Image*, Selebriti *Endorse* dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Konsumen Luwak *White Koffie* di Kab. Semarang). 3, 34–42.
- Sawhani, D. K. (2021). *Digital Marketing: Brand Images (Lutfiah (ed.); Cetakan Pertama)*. Jakarta: Scopindo Media Pustaka.
- Setyawan, T. B., & Setiawan, M. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan serta Dampaknya pada Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Sepatu *Converse* Di Kota Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5351–5360.
- Siregar, M. A. I. (2025). Analisis Hubungan *Brand Image*, Kepuasan Konsumen, *Brand Trust*, dan *Brand Loyalty*. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 03(02), 52–64.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, (Cand) Aditya, Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Yunita Primasanti, & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: the Art of Branding*. In A. Sudirman (Ed.), *CV. Media Sains Indonesia* (Issue January). Pematangsiantar: Media Sains Indonesia.
- Statista. (2025). *Beauty and Personal Care - Indonesia*. Diakses pada 31 Januari 2025, dari <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/indonesia>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Sutopo (ed.); Cetakan 2)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 2: C)*. Bandung: Alfabeta.
- Sultoni, M. H. (2020). *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan)*. In A. Wafi (Ed.), *Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*. Pemekasan: Duta Media Publishing.
- Suparman, A., Rohmah, S., & Awaludin, A. (2023). Pengaruh Desain, Lebel dan Kemasan terhadap Mutu Produk Olahan dan Memanfaatkan *E-Commerce* dalam Memasarkan Makanan di Desa Kalentambo. *Jurnal Kolaborasi Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administrasi*, 1(1), 1–18.
- Suryana, P., Fauziah, R., & Purnami, B. Y. (2023). Pengaruh *Brand Image* dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* (Survei pada Pelanggan Sariayu di Indramayu). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 7(1), 121–134.
- Syafriadi, G. A. (2021). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Sepatu *Sport* Merek *Champion* di *Payless*

- Shoesource* Mall Ska Pekanbaru). (Skripsi, Universitas Islam Riau). <https://repository.uir.ac.id/10917/>
- Tarigan, A. S., & Siregar, Z. (2019). Pengaruh Harga dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian *OPPO Smartphone* (Studi Kasus Pada *OPPO Store, Sinergy Celular* Medan). *Jurnal Plans : Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 17.
- Thakre, A. D. (2017). *Formulation and Development of De Pigment Serum Incorporating Fruits Extract. International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 2(12), 330–382.
- Tyas, F. L. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* (Studi Kasus pada Toko Dena Shoes Karangawen). (Skripsi, Universitas Semarang). <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2020/B.111.20.0058/B.111.20.0058-15-File-Komplit-20240426121644.pdf>
- Vidiastutik, H., & Hariasih, M. (2023). Efektivitas *Brand Ambassador*, Label Halal, dan Loyalitas Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk *Natasha Skin Care* Di Sidoarjo. *Edunomika*, 7(2), 1–18.
- Vikaliana, R., Pujiyanto, A., Mulyati, A., Fika, R., Ronaldo, R., Reza, H. K., Ngii, E., Dwikotjo, F., Suharni, & Ulfa, L. (2022). *Ragam Penelitian Dengan SPSS*. In M. Surur (Ed.) (Cetakan Pertama). Bekasi: Tahta Media Group.
- Wahidji, R., Wolok, T., & Isa, R. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos dan Giro Kota Gorontalo. *YUME: Journal of Management*, 6(1), 680–690.
- Wahyuni, E. S. (2022). Pengaruh *Brand Trust* dan *Perceived Value* terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih Program Studi di IAIN Bengkulu. In *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis (Cetakan Pertama, Vol. 10, Issue 1)*.
- Wicaksono, D. G. (2023). Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Love* sebagai Variabel Intervening pada *Smartphone* Merek Iphone di Semarang. (Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung). http://repository.unissula.ac.id/33809/1/Manajemen_30401800376_fullpdf.pdf
- Widiya, T., Mulyadi, D., & Sungkono. (2024). Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* The Originote. *Jurnal Sains Student Research*, 2(4), 693–705.
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). *The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. Indonesian Journal of Business Analytics*, 4(2), 24–35.
- Yahya. (2019). *Experiential Marketing, Brand Trust* dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*. *Majalah Ekonomi*, XXIV(1), 119–134.
- Yuningsih, N. (2020). Pengaruh Label Halal dan Citra Merek Produk Air Minum

Dalam Kemasan terhadap Kepuasan Konsumen (Kajian Terhadap Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh). (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh). <https://repository.ar-raniry.ac.id/15202/1/Nelly%20Yuningsih%2C%20170602220%2C%20FEBI%2C%20ES%2C%20085262039643.pdf>

Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi Dengan SPSS*. In S. Widagdo (Ed.), *Mandala Press (Cetakan Pertama)*. Jember: Mandala Press.