

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, L., Chan, A., & Nirmalasari, H. (n.d.). *Pengaruh Customer Engagement Media Sosial Terhadap Brand Loyalty Indosat Ooredoo*.
- Ameliya, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Penilaian Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Keterlibatan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (*Studi Pada E-Commerce Website Berrybenka*) .
- Anggraeni, T. (2024). *Model Historical Tourist Engagement dalam Membangun Loyalitas Wisatawan di Jawa Barat*. MEGA PRESS NUSANTARA. <https://books.google.co.id/books?id=ScgREQAAQBAJ>
- Ardyan, E., Monalisa, M., Kartika, T., Iriani, D. Y., Dewi, L. K. C., Rahmana, A., Suyono, A. M., Margana, R. R., Riyanto, J., & Efitra, E. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=w231EAAAQBAJ>
- Arham, Q. L., & Dwita, V. (2021). The Influence of Green Brand Benefit and Green Brand Innovativeness on Brand Loyalty with Green Brand Image as Mediating on (P&G) Brand Products in Padang City. *Seventh Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2021)*, 440–446.
- Arifudin, O., Juhadi, J., Tanjung, R., & Hendar, H. (2020). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan Khas Subang Jawa Barat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1094–1106.
- Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, Benjasiriwan, P. (2024). *Skincare in Southeast Asia : How Challenger Brands are elevating Mass beauty by delivering quality at affordable prices*.
- Chalil, R. D. (2021). *BRAND, ISLAMIC BRANDING, & RE-BRANDING - Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada. <https://books.google.co.id/books?id=ww4ZEAAAQBAJ>
- compas.co.id. (2023). *Compas Market Insight Dashboard: Strategi Skintific dalam*

- Memenangkan Momen Double Date dan Raih Nilai Penjualan Tertinggi!*
 compas.co.id. (2024). *Compas Market Insight Dashboard: Skintific Menempati Posisi Pertama Penjualan Paket Kecantikan di Q1 2024 dengan Nilai Penjualan Lebih dari Rp 70 Miliar!*
- D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Dhirtya, D. A. M. C. , & W. I. G. K. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Mediasi Persepsi Nilai Pelanggan*.
- Dr. Sri Rahayu, S. E. M. M. (2021). *STRATEGI MENINGKATKAN LOYALITAS SIKAP DAN LOYALITAS PEMBELIAN*. Penerbit Adab.
<https://books.google.co.id/books?id=ZXY-EAAAQBAJ>
- Ervina, E., & Kurniawati, M. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Peralatan Kebersihan Rumah Tangga Merek X. *Prosiding Serina*, 2(1), 703–708.
- Fatmawati, F., & Lubis, A. S. (2020). Pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap kemampuan manajerial pada pedagang pakaian pasar pusat pasar kota medan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–10.
- Firdaus, L. I., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Produk Skintific:(Studi Pada Followers Tiktok@ skintific_id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1), 86–94.
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate. Dengan Program IBM SPSS 26*. Cetakan X: Juni 2021. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Z. et al. (2024) *Manajemen Industri (Teori Komprehensif)*. Cetakan Pe. Edited by E. Rianty. Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia Redaksi.
 Available at:
https://www.researchgate.net/publication/380461692_MANAJEMEN_INDUSTRI_Teori_Komprehensif.
- Guntara, I. R., Yazid, T. P., & Rummyeni, R. (2023). Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Kabupaten Kampar Menuju Kota Layak Anak

- Tingkat Utama. *Public Service and Governance Journal*, 4(1), 1–19.
- Hair et al. (2019). Multivariate data analysis: Its approach, evolution, and impact. In *The great facilitator: Reflections on the contributions of Joseph F. Hair, Jr. to marketing and business research* (pp. 121–130). Springer.
- I Made Bagus Dwiarta, S. E. M. M., & Dr. Wira Yudha Alam M. SM., M. I. P. (2024). DIGITAL MARKETING. MEGA PRESS NUSANTARA. <https://books.google.co.id/books?id=MAISEQAAQBAJ>
- Ir. Sutopo. S. Pd. ALFABETA, Cv.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Kasiha, W. N. T., Lumanauw, B., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh Brand Experience, Affective Commitment, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Cafe Ngopi Jo Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 644–655.
- Kesuma, D. (2019). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualiras Produk Terhadap Kepercayaan Merek Dan Dampaknya Pada Citra Merek*.
- Khalis, V. M., & Komariah, K. (2022). Analisis Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(2), 857–865.
- Kristiadi, A. A. (n.d.). MANAJEMEN RELASI KOMUNITAS ONLINE. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=te1uDwAAQBAJ>
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 5(1), 8–16.
- Li, M.-W., Teng, H.-Y., & Chen, C.-Y. (2020). Unlocking the customer engagement-brand loyalty relationship in tourism social media: The roles of brand attachment and customer trust. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 184–192.
- Livia, L. (2023). *Korelasi Kualitas Penggunaan Fitur Live Streaming Shopping Tiktok Skintific Dengan Keputusan Pembelian Oleh Followers Tiktok @Skintifc_id*.

- Marihot, Y., Sari, S., & Endang, A. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 1(1).
- Maura, N. D., Wibowo, J., Candraningrat, C., & Fianto, A. Y. A. (2022). *Analysis the Effect of Brand Experience and Brand Innovation on Brand Loyalty With Brand Trust As a Mediation Variable*. Die.
- Mere, K., Puspitasari, D., Asir, M., Rahayu, B., & Mas' ud, M. I. (2024). Peran Konten Interaktif dalam Membangun Keterlibatan Konsumen dan Memperkuat Kesetiaan Merek: Tinjauan pada Platform Media Sosial dan Situs Web Perusahaan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 5455–5556.
- Mila Diana Sari, S. E. M. M. (2023). *PERILAKU KONSUMEN*. Uwais Inspirasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=Gm3QEAAAQBAJ>
- Munizu, M., Suharto, S., BS, D. A., Hasani, M. C., Hindarsah, I., Efitra, E., Sepriano, S., & Pemata, N. G. (2024). *Buku Referensi Kewirausahaan : Teori & strategi menuju kesuksesan berwirausaha*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=9SwbEQAAQBAJ>
- Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., & Untari, R. S. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). *Umsida Press*, 1–64.
- Nugraha, R. V. (2020). *Pengaruh Inovasi produk, Kualitas Informasi, Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasi Perusahaan Coffe Shop di Yogyakarta*. Pasxmedia Holding. (2020). *Spire Insight : Potensi Pasar Kosmetik Indonesia*.
- Pradana, B. P., & Murwanti, S. (2023). Analisis pengaruh resonansi merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pengguna produk sepatu Converse. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 9308–9321.
- Prior, D. D. (2023). *B2B Customer Engagement Strategy: An Introduction to Managing Customer Experience*. Springer International Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=gni3EAAAQBAJ>
- Prof. Anas Hidayat, D. M. B. A., Dr. Lalu Supardin, S. E. M. M., Dr. Trisninawati, S. E. M. M., & Dr. R. Rudi Alhempri, S. E. M. M. (2024). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Takaza Innovatix Labs. <https://books.google.co.id/books?id=6j8xEQAAQBAJ>

- Rahim, A. (2024). *Yuk, Intip Trens Skincare Indonesia yang Bakal Hits di 2024!*
- S, J. R. (2023). *Semua Tentang Merek*. Nas Media Pustaka.
<https://books.google.co.id/books?id=Fq6mEAAAQBAJ>
- Saputri, M. E., Darsana, I. M., Harinie, L. T., Yanto, F., Yuswono, I., Haldy, M., Nugrahani, R. U., & Hanafiah, H. (2023). *PENGANTAR MANAJEMEN PEMASARAN*. CV. Intelektual Manifes Media.
<https://books.google.co.id/books?id=R5XLEAAAQBAJ>
- Saputri, S., Titing, A. S., & Kurniadi, H. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Keterlibatan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Ms Glow. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 1(4), 325–339.
- Setiawan, Z., Suharyanto, S., Judijanto, L., Zahara, A. E., Suryadi, I., Juniarto, G., Wulandari, D., Premayani, N. W. W., Wibowo, S. E., & Rianty, E. (2024). *Strategi Pengembangan Produk: Panduan Praktis untuk Keunggulan Kompetitif*. PT. Green Pustaka Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=eu4CEQAAQBAJ>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sumartono, E. (2024). *KUPAS TUNTAS Pentingnya Kemampuan Berimprovisasi dalam Inovasi Bisnis di Era Kemajuan Teknologi*. MEGA PRESS NUSANTARA. <https://books.google.co.id/books?id=iw8dEQAAQBAJ>
- Sunarjo, W. A. (2024). *Buku Ajar Manajemen Inovasi*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=Zx39EAAAQBAJ>
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis pengaruh pengalaman merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek. *Modus*, 32(1), 25–41.
- Supriyanto P.D.S., M. S. (2024). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. ANDI. <https://books.google.co.id/books?id=U2gOEQAAQBAJ>
- Suryani, A. D., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh emotional branding, customer experience, dan brand trust terhadap customer loyalty pada samsung experience store. *Investasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 19–26.
- TechnoBusiness. (2020). *Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia*.

- Trimaryani, D., Banani, A., & Setyanto, R. P. (2019). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Merek Pengguna Smartphone Samsung Di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(3).
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342–351.
- Uzir, M. U. H., Hamid, P. D. A. B. A., Latiff, T. D. A. S. A., & Jerin, I. (2021). *Brand Loyalty in Bangladesh: Customer Satisfaction, Brand Trust, Social Media Usage in Electronic Home Appliances*. Partridge Publishing Singapore. <https://books.google.co.id/books?id=YFUuEAAAQBAJ>
- Vutri, A. Z. F., & Komariah, K. (2023). Analisis Social Media Marketing dan Brand Love terhadap Loyalty Brand Studi Pemasaran Produk Skintific Pada Followers Kawaidollshop. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 934–946.
- Wardhana, A. (2024). *BRAND TRUST* (pp. 244–271). Diterbitkan oleh EUREKA MEDIA AKSARA, AGUSTUS 2024 ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH NO. 225/JTE/2021.
- Wardhana, A. (2024). *KETERLIBATAN PELANGGAN* (pp. 365–381). Diterbitkan oleh EUREKA MEDIA AKSARA, AGUSTUS 2024 ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH NO. 225/JTE/2021.
- Wibisono Byzka. (2024). 150 Teknik Ampuh Branding: Menjawab Berbagai Tantangan Branding Untuk Merek Atau usaha Anda.
- Wijaya, N. R. A., & Simamora, B. (2023). The Mediating Role of Brand Trust on the Effect of Customer Experience and Engagement on Brand Loyalty: A Lesson From Bukalapak. *Journal of International Conference Proceedings*, 6(1), 72–85.
- Winarti, Y., Sarkum, S., & Halim, A. (2021). Product innovation on customer satisfaction and brand loyalty of smartphone users. *Journal of Applied Business Administration*, 5(2), 179–187.
- Zainal, Haunan. A. F. I. (2023). *Pengaruh Keterlibatan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Dengan Variabel Mediasi Keterikatan Merek Dan Kepercayaan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Mozaik Furniture Jakarta*.