

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2018). *Strategic Messaging That Persuades, Energizes And Inspires*. Morgan James Publishing.
- Aditama. (2020). *Pengantar Manajemen Teori Dan Aplikasi*. Ae.
- Agnesia, T., Rachman, I. A., & Rahayu, F. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality Dan Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pada Produk Pasta Gigi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1541–1550. <https://doi.org/10.25105/Jet.V2i2.14914>
- Artina, N. (N.D.). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Chang Tea Cabang Ptc Mall Palembang*.
- Burhanudin Gesi, R. L. F. L. (N.D.). *62-Article Text-92-1-10-20200224*.
- Ramadhani, H., & Anggrainie, N. (N.D.). *Mufakat Pengaruh Persepsi Harga, Brand Equity, Viral Marketing, Brand Ambassador, Review Produk, Dan Customer Relationship, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Di Tiktok Shop*. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>
- Endang Ratnaningsih. (2015). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Brand Equity Pada Pengguna Smartphone Samsung Di Yogyakarta Endang Ratnaningsih*.
- Fauziah, N., Abdul, D., & Mubarak, A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. In *Journal Image* | (Vol. 8, Issue 1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jasa, R. (2024). Brand Image And Product Quality On Consumer Loyalty “Skintific” Through Consumer Satisfaction As An Intervening Variable Brand Image Dan Product Quality Terhadap Consumer Loyalty “Skintific” Melalui Consumer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Kotler. (2012). *Pemasaran*. Ae.
- Kotler, & Amstrong. (2018). *Pemasaran*. Erlangga. Kotler, & Keller. (2016). *Pemasaran*. Ae.
- Latief¹, F., & Ayustira², N. (2020). *Kosmetik Di Sociolla* (Vol. 6, Issue 1). <https://journal.steamkop.ac.id/index.php/miraipg.139>
- Leskovec, Admic, & Huberman. (2008). viral marketing. *Internasioanl*.

- Miharti, I. (2023). Membangun Brand Equity Bagi Organisasi Bisnis. *JAMBURA*, 5(3). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Muhammad, Imam Suyadi, & Dahlan Fannani. (2014). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality Dan Brand Loyalty Terhadap Brand Equity. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7
- Nofriyanti, A. R. (n.d.). *Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pengguna Telkomsel*.
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image serta Word Of Mouth terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty pada Pelanggan Cbezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 1(2), 269–282. <https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.259>
- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Riani Prihatin Ishak. (2024). *Dasar-Dasar Manajemen*. Eureka Media Aksara.
- Santoso. (2014). *Statistik Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. PT. Elex Media Komputer.
- Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, Leonita Siwiyanti, & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*.
- Sekolah, N., Agama, T., Al-Azhar, I., & Riau, P. (n.d.). *Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Susiani, F., & Haryani Hatta, I. (2021). Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Industri Kecantikan Di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 114–121.