**DAFTAR PUSTAKA**

A. Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalamperiklanan dan Promosi.* Jakarta: Salemba Empat

Aaker, A. David. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek. Alih bahasa oleh Aris Ananda.* Jakarta: Mitra Utama

Ahmadi, A. S., Budiarto, W., & Indrawati, M. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PAL Indonesia (Persero) Surabaya Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajerial Bisnis ISSN 2597 – 503X*, 34–46.

Altejar, L. U., Deloria, J. D., & Dizon, C. D. G. (2017). Study of the Effects of Customer Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Polytechnic University of the Philippines College of Business Administration-Major in Marketing Management Study*. http://repository.unsoed.ac.id/id/eprint/1526

Anwar,Sanusi. (2016). *Daftar Pustaka Metodelogi Penelitian Bisnis.* Empat. Jakarta.

Asy’ari, H. A., & Karsudjono, A. J. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Price fairness, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Merek Samsung di Banjarmasin. *Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, *8*(1), 1–13.

Danang Sunyoto. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.

Diputra, I. G. A. W., & Yasa, N. N. (2021). The influence of product quality, brand image, brand trust on customer satisfaction and loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, *4*(1), 25–34.

Fais, M. A., & Farida, D. N. (2017). Pengaruh brand awareness dan celebrity endorser terhadap repurchase sepeda motor yamaha melalui kepuasan pelanggan (Studi pada konsumen Dealer Yamaha Mataram Sakti Setiabudi, Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *6*(3), 441–452.

Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

**Joan, Valerie. (2021).**Produk Kecantikan Tembus Transaksi 20 Miliar, Brand Lokal Terfavorit. https://compas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/. Diakses pada tanggal 1 Desember 2021.

Kencana, P. N. (2018). The Effect of Price and Product Quality on Customer Satisfaction. *PINISI Discretion Review*, *2*(1), 53. https://doi.org/10.26858/pdr.v2i1.13230

Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2.* Jakarta: Indeks.

Lemeshow, (1997), *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan,* Yogyakarta, UGM

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12.* Jakarta: Erlangga.

Lk, A. M. K., Arimbawa, I. G., & Damayanti, E. (2019). the Influence of Celebrity Endorser, Product Quality and Price on Purchase Decisions and Customer Satisfaction on Vivo Brand Smartphones in Surabaya. *Journal of World Conference (JWC)*, *1*(2), 252–256. https://doi.org/10.29138/prd.v1i2.148

Mawey, Thalia Claudia, Tumbel, Altje L.&Ogi, Imelda W. J.(2017). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo. Jurnal EMBA*

Ndruru, Y. G., Rinaldo, J., & Yulistia. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk Dan Hargaterhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt.Transmart Kota Padang*. *663*(1), 123–134.

Pakpahan, E. S. B. (2017). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembeliandan Kepuasan Konsumen You-c 1000 Vitamin Cdi Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, *4*(1), 721–734.

Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, *7*(2), 7–8.

Rizaty, MA. (2021). Industri Kosmetik Tubuh Terlaris di Inonesia Pangsa Pasar (Shopeedan Tokopedia).https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6130a03078918/penjualanproduk-kecantikan-di-shopee-tokopedia-melonjak-saat-corona. Diakses pada tanggal 1 Desember 2021.

Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Simamora, Bilson. (2017). *Uji Normalitas Residual.* https://www.bilsonsimamora.com/blog/2017/08/23/uji-normalitas-residual/. Diakses pada tanggal 1 Desember 2021.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D.*  Bandung: Alfabeta.

Supriyadi, dkk. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian,* Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 3, No. 1.

Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet.* Yogyakarta: Graha. Ilmu.

Susanti, D., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *6*(5), 1–19. http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/300/306

Tjiptono, Fandy. (2015). *Stategi Pemasaran.* Yogyakarta: Cv. Andi.

Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image , Kepercayaan , Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *5*(2), 300–312. http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/2930/2260

Wandi, Y., Zainal, V. R., Arafah, W., Subagja, I. K., & Saad, R. A. J. (2020). The effect of service and product quality on customer satisfaction through customer awareness of Islamic banks in West Sumatera, Indonesia. *Humanities and Social Sciences Reviews*, *8*(1), 682–690.

Widyastuti, T. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, *7*(1), 233–240. https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.248

Widyawati, Nurul. (2008). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan. Jurnal Ekuitas, Vol. 12, No. 1, 74-96.

https://scarlettwhitening.com/?s=logo+&post\_type=product. Diakses pada tanggal 1 Desember 2021.

https://scarlettwhitening.com/shop/. Diakses pada tanggal 1 Desember 2021.