

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Gusti et. al. “Pengaruh *Trust* Dan *Easy of Use* Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Shopee Di Kota Mataram,” *Jurnal Riset*, 1, (Maret, 2019), 1-29.
- Agustin, Ilham et. al. “Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di PT. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu”. *Jurnal Profesional FIS UNIVED*, 1 (Juni, 2019), 44.
- Aulia, Alycia Nur “Pengaruh Persepsi Nilai, Trust, Dan Citra Merek Terhadap Repurchase Intention Jasa Ekspedisi Pelaku Bisnis Online”, *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Bader, Soleman Abu dan Tiffanie Victoria Jones. “*Statistical Mediation Analysis Using the Sobel Test and Haves SPSS Process Macro*,” *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Method*, 01, (2021), 45.
- Basuki, Riaqy Aziz dan Nanda Alike Fairuz. “Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang Melalui *Brand Trust* Pada Produk Kosmetik Focallure Sebagai Variabel Moderasi”. *Journal for Business and Entrepreneurship*, 2 (2021), 1-14.
- Budiarti, Lia Yulia dkk. “Analisis Keyakinan Diri Dan Kesejahteraan Psikologis Pedagang di Pasar Tradisional Darat Dan Pasar Terapung Lok Bantan Sungai Tapuk Martapura.” *Sosio Konsepsia*, 02, (2015), 114.
- Daga, Rosanaini. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. (Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting, 2017), 81-82.
- Dewi, Ade Nurhayati Kusuma dan Intan Hastikasari Herman. “Analisis Implementasi Visual Storytelling Marketing dan Brand Trust Serta Pengaruh Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa di Purwakarta” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 02, (September, 2021), 111.
- Farid, Ahmad et. al. “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 01, (2019),8.
- Fatikhyaid, Mohamad et. al. “Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pengguna Smartphone Merek Samsung (Studi

- Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma)”. *Jurnal Ilmiah Riset Management*, 01, (Februari, 2019), 5.
- Firdaus, Muhammad Yoga. “Etika Berhias Perspektif Tafsir Al-Munir: Sebuah Kajian Sosiologi.” *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin*. 02 (April, 2021), 110.
- Hendrayadi dan Suryani. *Structural Equation Modeling Dengan Lisrel 8.80*. (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014), 2.
- Husna, Siti Asmaul et al. “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan di Perusahaan X di Yogyakarta”. *Jurnal Psikologi*, 02, (2020), 23-24.
- Hutapea, Leviana Bella Nugrahaningtyas. “Hubungan antara kepercayaan Konsumen Dan Repurchase Intention Di Online Shopping”, *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Yoyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2019.
- Umbarani, Ellitte Millenitta dan Agus Fakhruddin. “Konsep Mempercantik Diri Dalam Perspektif Islam Dan Sains.” *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*. 01 (Juni, 2021), 120-121.
- Indrasari, Meihjana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 82-83.
- Kusumadewi, Nisha et. al. “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee Dan Tokopedia. *e-Proceeding of Management*, 2, (Desember, 2020), 9.
- Kosmetik Impor Menggerogoti Pasar dalam Negeri*, (<https://pelakubisnis.com/2020/02/kosmetik-impor-menggerogoti-pasar-dalam-negeri/>, diakses 25 Juli 2022).
- Mardiah, Ainil dan Hamdi Anugrah. “Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online”. *Menara Ilmu*, 02, (Oktober, 2020), 9.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 74.
- Masitoh, Martina Rahmawati dan Hermansyah Andi Wibowo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Di Tokopedia.” *Jurnal Manajemen*, 01, (Juni, 2018), 66.
- Mastuti, Kartika Dewi. “Pengaruh *Brand Trist*, *Word of Mouth*, Dan Iklan Di Televisi Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kosmetik Wardah.” *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Malang: Universitas Islam Negeri Malang, 2020, 11.

- Muhid, Tamamah dan Abdul. “Kepuasan, Kepercayaan, dan *Brand Switching* Konsumen.” *Jurnal Penelitian Psikologi*, 02, (Oktober, 2019), 37.
- Mulyani, Yofina dan Grace Gesitara. “Pengaruh Online Coustemer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang”. *Jurnal Maksipreneur*, 02, (Juni, 2019), 180.
- Munawaroh dkk, “Analisis Regresi Variabel Mediasi dengan Metode Kausal Step,” *Jurnal Eksponensial*, 02, (2015), 194.
- Ngatno, *Analisis Data Variabel Mediasi dan Moderasi Dalam Riset Bisnis Dengan Program SPSS* (Yogyakarta: CV. Farisma Indonesia, 2015), 85.
- Ni Nyoman Yuliarmi dan Marhaeni, *Metode Riset Jilid 2* (Bali: CV. Sastra Utama, 2019), 11.
- Pakpaham, Manuntun. “Strategi Meningkatkan Minat Beli Ulang Aptek Terhadap Produk Obat PT Novell Pharmaceutical Labs Medan.” *Jurnal Ilmiah*, 2, (Agustus, 2020), 3.
- Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik.” *Kementrian Perindustrian Indonesia*. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>, diakses tanggal 10 Maret 2022.
- Putra, Rendhy Yosua. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang).” *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2019, 5.
- Putri, Anin Dita Eko dan Yanto Ramli. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Memperhatikan Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Pada Produk Kosmetik Wardah”. *Jurnal SWOT*, 01, (Januari, 2019), 15
- Rahmawati. *Managemen Pemasaran*. (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016), 4.
- Rahmawati, Aulia Pungki et. al. “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap *Repurchase Intention*.” *Jurnal Psikologi Ilmiah*, 03, (2018), 249.
- Ramadhanty, Aulia. “Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai E-WOM Dan Brand Trust Terhadap Pembelian Ulang (Survei Pada Konsumen Kosmetik Purbasari di Glow Beauty Bar Sumedang).” *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Bandung: Universitas Pasundan Bandung, 2020, 1.
- Ratnasari, Miranda Diah. “Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Variabel Mediator Kemampuan Kerja Karyawan”. *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Malang: Universitas Brawijaya, 2018, 45.

- Rifa'i, Khamdan. *Membangun Loyalitas Pelanggan*. (Yogyakarta: Pustaka Ilmu Yogyakarta, 2019), 44.
- Sabrina, Sekar Ayu dan Agung Budiarmo. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, IV, (2020), 477.
- Saifuddin Anwar, *Penyusunan Skala Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 56.
- Sarie, Rena Febrita. "Analisis Pengaruh Keberagaman Produk, Persepsi Produk, Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Hypermarket Pakuwon Supermall di Surabaya". *Jurnal Relasi*, 02, (Juli, 2018), 156-158.
- Simanjuntak, Sinthya Aprianti. "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang Iphone", *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara, 2019, 4
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 50.
- Suci, Widya. "Pengaruh Media Pembelajaran Terhadap Hasil Belajar Al-Islam Di SMA Muhammadiyah 1 Gisting Kabupaten Tanggamus Tahun Pembelajaran 2019/2020". *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Lampung: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 22.
- Susanti, Noevie et. al. "Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Berlian Bersaudara Propertindo". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 01, (Desember, 2017).
- Tysara, Laudia. *Profil PT. Paragon Technology and Innovation Perusahaan Kosmetik Indonesia*. (<https://www.liputan6.com/hot/read/5142313/profil-pt-paragon-technology-and-innovation-perusahaan-kecantikan-indonesia>, diakses 21 Januari 2023).
- Wahyurini, Sonia Cipta dan Nurvita Trimasari. "Analisis Oengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah". *Jurnal Mitra Manajemen*, 1 (Januari, 2020), 40.
- Wardah *Inspiring Movement*. (<https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/about>, diakses: 21 Januari 2023).
- Widana, Wayan dan Putu Lia Muliani. *Uji Persyaratan Analisis*. (Lumajang: Klik Media, 2020), 16-17.

- Wirawan, Husna. “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimoderasi Oleh Positive Word of Mouth (PWOM) Dalam Pembelian Online Di Tokopedia (Survei Pada Mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta”. *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, (2020), 1.
- Yanti, Neno Vevi. “Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Produk Rabbani (Studi Di Flamboyan Kota Bengkulu)”. *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019, 16.
- Yulianti, Farida et. al. *Managemen Pemasaran*. (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 107.
- 10 *Brang Scincae Lokal Terlaris*, (<https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>, diakses 25 Juli 2022).
- <http://www.topbrandaward.com/topbrandsurvey/surveyresult/topbrandforteensindex2018>, diakses 25 Juli 2022.