

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D. & D. A. H. (2019). *Loyalitas Konsumen: Implikasi dari Diferensiasi Produk dan Nilai Emosional*. 20(1), 15–26.
- Budiyono. (2021). *Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memoderasi Pengaruh*. 158, 445–469. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.5104>
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2021). The influence of online customer reviews on customers' purchase intentions: a cross-cultural study from India and the UK. *International Journal of Organizational Analysis*, 30(6), 1595–1623. <https://doi.org/10.1108/IJOA-02-2021-2627>
- Cnosta, C., Ningrum, N. K., & Cahyani, P. D. (2024). *Pengaruh Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction dengan Customer Trust sebagai Variabel Intervening*. 4(2), 720–732.
- Dewi, M. T. (2012). *Analisis Perceived Quality, Perceived Value, Switching Cost Dan Kepuasan Sebagai Pembentuk Loyalitas Nasabah” (Studi nasabah di BRI Cabang Solo Slamet Riyadi)*. 3, 51–74.
- Febriyantoro, M. T., Fahlevi, D. R., Jasmine, N., & Rahmawati, R. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing dan Perceived Value terhadap Purchase Intentions melalui Consumer Trust pada produk Skintific*. 4(01), 225–247. <https://doi.org/10.58812/smb.v4i01>
- Firdaus, D. Y., Hafidzi, A. H., & Setianingsih, W. E. (2025). *Pengaruh Digital Marketing , Brand Awareness dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Barenbliss (Studi Kasus Mahasiswa di Kabupaten Jember)*. 8(1), 249–257.
- Genoveva, G., & Simatupang, K. (2024). *Understanding Customer Trust and Loyalty : The Impact of Brand Image and Online Reviews on Nivea Sunscreen in Jakarta President University , Indonesia*. 189–203.

- Gewati, J. S. I. & M. (2024). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh Fenomenal, Pemerintah Dorong Hasilkan Produk Berdaya Saing Global*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2024/02/20/211327326/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-fenomenal-pemerintah-dorong-hasilkan-produk>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Digonegoro.
- Giovanni, M. D., & Yani, D. A. (2025). *Analisa Pengaruh Online Customer Review Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Skincare Pada Marketplace Shopee*. 4(3), 806–820.
- GlobalData. (2022). *Indonesian skincare market to grow at 8.9% CAGR through 2026, forecasts GlobalData*. GlobalData. <https://www.globaldata.com/media/consumer/indonesian-skincare-market-grow-8-9-cagr-2026-forecasts-globaldata/>
- Istiqomah, D. A., & Azzahra, F. (2023). *Pengaruh E-Service Quality, Customer Trust Dan Online Customer Review Terhadap Customer Loyalty Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Sarjana Universitas An Nuur Angkatan 2019/2020)*. 8–16.
- Kadek, L., Martini, B., & Sembiring, E. (2022). *Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace*. 4(1), 15–24.
- Khamdan, R. (2019). *Membangun Loyalitas Konsumen*. Zifatama Jawa.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (5th ed.). Erlangga.
- Lestari, P., & Adialita, T. (2024). *Pengaruh Perceived Value Terhadap Customer Loyalty Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction Sunscreen NIVEA Di Kota Bandung*. 09, 532–544.
- Lisnawati, Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2021). *Analysis of Brand Image and*

Online Consumer Reviews on Consumer Loyalty. 22(1), 9–15.

Marakanon, L., & Panjakajornsak, V. (2017). Perceived quality, perceived risk and customer trust affecting customer loyalty of environmentally friendly electronics products. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2016.08.012>

Muttaqiin, N., Rasyid, R. A., & Candraningrat. (2021). *Pengaruh Citra (Images), Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction), Kepercayaan Konsumen (Customer Trust) Dan Loyalitas Konsumen (Customer Loyalty) Pada Perusahaan Agen*. 173–181.

Nisa, S. K., & Renny, D. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika & Bisnis Universitas Negeri Surabaya)*. 1(2).

Oktavia, R., Fernos, J., History, A., Organisasi, B., & Kerja, L. (2023). *Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Padang*. 2(April).

Pambudi, L. R. & B. S. (2024). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Purchasing Decision dengan Trust Sebagai Mediasi Pada Produk Skincare di Shopee*. 4(3), 315–326.

Prasetya, W. C. & W. (2020). *Analisis Pengaruh E-Service Quality , Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction , Trust , dan Customer Behavioral Intention (Survei pada Customer Toko Online www.blibli.com)*. 1(2), 109–128.

Rahayu, S. (2023). *Loyalitas Konsumen : Konseptualisasi , Antecedent dan Konsekuensi*. 6(2), 1581–1593.

Santoso, R., & Rasyid, R. (2025). *Pengaruh Online Customer Review, Kualitas*

Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Fast Coffee And Bike Wash Di Kota Surabaya. 05(02), 312–323.

Sari et.al, Y. P. (2024). *Loyalitas Pelanggan*. CV. EUREKA MEDIA AKSARA.

Sari, F. A. &, & Asyhari. (2025). *Peningkatan Customer Loyalty Skincare Somethinc di Kota Semarang melalui Green Product dan Perceived Value dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. 8(1).*
<https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2449>

Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (3rd ed.). Gramedia Pustaka Utama.

Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoritik dan Oraktik* (Monalisa;). RajaGRafindo Persada.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (10th ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.

Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Alfabeta.

Sutarno, Febri, K., & Erni, W. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumendengan Kepuasankonsumensebagai Variabel Moderasi(Studi pada Konsumen CS Kopi Tubruk Surakarta). 16(2), 226–233.*

Winata, E. C., & Kempa, S. (2021). *Analisis Pengaruh Perceived Value Dan Service Quality Pada Toko Emas Sentral Makassar. 9(1), 2019–2022.*

Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8* (2nd ed.). UPP STIM YKPN.

Yuniarti, N., & Sukma, R. P. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Customer Trust*. 3(5), 2346–2356.

