

## REFERENCES

- Alfia, Nur, J. D. (2023). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah : Studi pada Pelanggan Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 5(2023), 32–44. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i1.1284>
- Ervina, & Kurniawati, M. (2022). Pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek peralatan kebersihan rumah tangga merek X. *Seri Seminar Nasional Ke-IV Universitas Tarumanagara*, 703–708.
- Haris, I., Pahriani, R., & Irsyad, M. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.51875/jibms.v2i2.185>
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 394–411.
- 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*, 3(1), 8–16. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>
- Marsellina, M., & Budiono, H. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Uniqlo di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 788. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i4.6565>
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Kota Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.37479/jimb.v4i1.10453>
- Novita, D. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek ( Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung )*. 2(1), 55–66.
- Nugroho, D. A., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Citra dan Kepercayaan serta Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek pada Produk Susu UHT Frisian Flag di Surabaya. *Management Studies and ...*, 4(2), 1760–1770. <https://yrpipku.com/journal/index.php/msej/article/view/1714%0Ahttps://yrpipku.com/journal/index.php/msej/article/download/1714/1119>

Prihandani, Mutiara, S., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan merek dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo di Semarang). *C*, 9(2), 463–476.

Wardhani, H. N. S., & Kusumahadi, K. (2021). Pengaruh Hedonic Value Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Zara Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 4569–4583.

<https://www.fastretailing.com/>. (2023). *Sales of Major Global Apparel Retailers*.

<https://databoks.katadata.co.id/>. (2022). *10 Merek Fesyen Favorit Responden (Desember 2021)*



## Daftar Pustaka

- Alfia, Nur, J. D. (2023). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah : Studi pada Pelanggan Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 5(2023), 32–44. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i1.1284>
- Ervina, & Kurniawati, M. (2022). Pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek peralatan kebersihan rumah tangga merek X. *Seri Seminar Nasional Ke- IV Universitas Tarumanagara*, 703–708.
- Haris, I., Pahriani, R., & Irsyad, M. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.51875/jibms.v2i2.185>
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 394–411.
- 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*, 3(1), 8–16. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>
- Marsellina, M., & Budiono, H. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Uniqlo di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 788. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i4.6565>
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Kota Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.37479/jimb.v4i1.10453>
- Novita, D. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek ( Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung )*. 2(1), 55–66.
- Nugroho, D. A., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Citra dan Kepercayaan serta Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek pada Produk Susu UHT Frisian Flag di Surabaya. *Management Studies and...*, 4(2), 1760–1770. <https://yripku.com/journal/index.php/msej/article/view/1714%0Ahttps://yripku.com/journal/index.php/msej/article/download/1714/1119>

Priandani, Mutiara, S., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan merek dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi PadaKonsumen Mie Lemonilo di Semarang). *C*, 9(2), 463–476.

Wardhani, H. N. S., & Kusumahadi, K. (2021). Pengaruh Hedonic Value Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Zara Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 4569–4583.

<https://www.fastretailing.com/>. (2023). *Sales of Major Global Apparel Retailers*.

<https://databoks.katadata.co.id/>. (2022). *10 Merek Fesyen Favorit Responden (DesesMBER 2021)*.

