

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Alamsyah, A., & Putra, M. R. D. (2019, July). Measuring information dissemination mechanism on retweet network for marketing communication effort: Case study: Samsung galaxy S10 launch event. In *2019 7th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)* (pp. 1-7). IEEE.
- Alamsyah, A., Utami, A (2018). *Social Network Performance Analysis And Content Engagement On Indonesia's E-Commerce: Case Studies Tokopedia And Bukalapak*. *Journal International Conference On Information And Communication Technology, Icoict 2018, 2018*, Pp. 464–469, 8528729.
- Amron, A. (2018). *The Influence Of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, And Price On The Consumer's Buying Decision Of MPV Cars*. *European Scientific Journal, ESJ, 14*(13), 228.
- Budhi, I. M. A. A., & Ekawati, N. W. Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Candiwan, Wibisono, C (2021). *Analysis of the influence of website quality to customer's loyalty on e-commerce. I International Journal of Electronic Commerce Studies, , 12*(1), pp. 83–102.
- Chien, L., & Chi, S. (2019). *Corporate Image As A Mediator Between Service Quality And Customer Satisfaction: Difference Across Categorized Exhibitors*. *Heliyon, 5*(3), E01307.
- Fadya, A., Furkan, L. M., & Septiani, E. (2022). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Consumer Ethnocentrism* Terhadap Minat Beli Produk Local Brand Skincare 'Somethinc': *The Effect Of Brand Awareness And Consumer Ethnocentrism On Purchase Intention Local Brand Skincare Products'somethinc'*. *Unram Management Review, 2*(2), 233-243.
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Dan

- Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 307-316.
- Fakhrunissa, R. A., Kusdiby, L., & Kania, R. (2020, September). Persepsi Wanita Millennial Terhadap Produk Kecantikan Hijau. In *Prosiding Industrial Research Workshop And National Seminar* (Vol. 11, No. 1, Pp. 1030-1034).
- Hair Jr, J.F., Matthews, L.M., Matthews, R.L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM Atau CB-SEM: Pedoman Yang Diperbarui Tentang Metode Yang Digunakan. *Int. J. Analisis Data Multivariat*, 1 (2), 107-123]
- Haryadi, A. R., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 2(2), 8-17.
- Hasbi, I. (2020). Pengaruh *Brand Credibility*, *Brand Personality*, dan *Endorsement Beauty Vlogger* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Make Over Bandung). *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 6(1).
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A New Criterion For Assessing Discriminant Validity In Variance-Based Structural Equation Modeling*. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 43, 115-135.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). *The Effects Of Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty: Evidence From Malaysian Engineering Industry*. *International Journal Of Industrial Marketing*, 3(1), 20.
- I. Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23, Cetakan Kedelapan, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.

- Indrawati, P. D. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi Dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kumparan Woman. (2022, Maret 15). Bincang Karier dengan Irene Ursula, Sosok Di Balik Brand Kecantikan Somethinc. Retrieved From <https://kumparan.com/kumparanwoman/bincang-karier-dengan-irene-ursula-sosok-di-balik-brand-kecantikan-somethinc-1xgWY9kmA6Z> .
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147-151.
- Mahfud Solihin, Dwi Ratmono. 2020. Analisis SEM-PLS dengan Warppls 7.0 Untuk Hubungan Non Linier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis. Yogyakarta: ANDI.
- Melati, T. A., Rachbini, D. J., & Rekart, E. (2021). *The Role Of Brand Image In Mediating The Effect Of Product Quality, Service And Price On Purchase Interest*. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 2(3), 499-512.
- Michael R. Solomon, G. W. (2018). *Marketing Real People, Real Choices*.
- Mohammed, A., & Rashid, B. (2018). *A Conceptual Model Of Corporate Social Responsibility Dimensions, Brand Image, And Customer Satisfaction In Malaysian Hotel Industry*. *Kasetsart Journal Of Social Sciences*, 39(2), 358-364.
- Nabilaturrahmah, A., & Siregar, S. (2022). Pengaruh *Viral Marketing, Brand Image*, Dan E-WOM Terhadap Minat Beli Produk Somethinc Pada Followers Instagram @Somethincofficial. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(7), 41-49.
- Özkan, P., Süer, S., Keser, İ. K., & Kocakoç, İ. D. (2020). *The Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty: The Mediation Of Perceived Value Of Services, Corporate Image, And Corporate Reputation*. *International Journal Of Bank Marketing*, 38(2), 384-405.
- Philip Kotler, G. A. (2017). *Principles Of Marketing*.

Philip Kotler, K. L. (2021). *Marketing Management*.

Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1195–1200.

Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil Antara Amos, Smartpls, Warppls, Dan SPSS Untuk Jumlah Sampel Besar. *Journal Of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 216-227.

Putri, M. N. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). Peran *Brand Image* Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 5983-6010.

Rachmawati, I., Sary, F. P. and Perdani, D. R (2016). *Influence of the use of brands in a foreign language (english) on the purchase decision process of cosmetic products made in Indonesia*. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum.* 24 (S): 51 – 62.

Rahmani, R. G., Bursan, R., Mahrinasari, M. S., & Wiryawan, D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Somethinc By Irene Ursula). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 431-438.

Rivai, J. (2021). *The Role Of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, And Brand Image On Customer Satisfaction Of Kopi Janji Jiwa*. *Journal Of Business And Management Studies*, 3(2), 31-42.

Salsabila, C., Umbara, T., & Setyorini, R. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Somethinc. Publik: *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 668-679.

Saputri, A. D., & Sani, E. P. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Strategi Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc: *The Effect Of Product Variations And Promotional Strategies Through Instagram On Purchase Decisions On Somethinc Products*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 7-28.

- Semadi, I. P., & Ariyanti, M. (2018). The influence of brand experience, brand image, and brand trust on brand loyalty of ABC-Cash. *Asian Journal of Management Sciences & Education*, 7(3), 12-23.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Teoritik Dan Praktik. Depok: Rajawali Pers.
- Sisca, S., Wijaya, A., Chandra, E., & Ervina, E. (2021). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Es Krim Aice. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 214-222.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Sutopo. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Watulingas, D. P., Jan, A. B. H., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* Dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Maybelline Di Gerai Mantos 2 Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 659-670.
- Yunanto, L. S. (2022). Analisis Pengaruh Kesadaran Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Konsumen Pada Pelanggan Somethinc. *Agora*, 10(1).