

**PENGARUH *BRAND LIKING* DAN *BRAND COMPETENCE*
TERHADAP *BRAND LOYALTY***

**(Studi Kasus pada produk kosmetik Somethinc di Toko Kosmetik Beautebox
Tasikmalaya)**

DRAFT SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

IIS MULYATI

3402180444



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2023**

ABSTRAK

IIS MULYATI, NIM. 3402180444. “Pengaruh *Brand Liking* dan *Brand Competence* Terhadap *Brand Loyalty* (Suatu Studi Pada Produk Kosmetik Somethinc di Toko Kosmetik Beautebox Tasikmalaya)”. Dibawah bimbingan Mochamad Aziz Basari.S.Sos., M.M (Pembimbing I) dan Faizal Haris Eko Prabowo.S.E., M.M. (Pembimbing II)

Kebutuhan manusia beragam, salah satunya untuk meningkatkan rasa percaya diri dan tampil menarik dengan menggunakan berbagai macam kosmetik, berbagai produk banyak bermunculan umumnya produk tersebut mengutamakan daya tarik konsumen, tidak jarang produk tersebut merupakan hasil inovasi dari produk yang telah ada sebelumnya. Sehingga konsumen menyukai produk yang dapat dipercaya dan mencari tahu banyak hal tentang produk tersebut (*brand liking*), dalam kondisi ini maka muncullah persaingan antar merek (*brand competence*), yang akan menciptakan kepercayaan terhadap suatu merek (*brand loyalty*). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand liking* dan *brand competence* terhadap *brand loyalty* pada produk Somethinc di Toko kosmetik Beautebox Tasikmalaya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis deskriptif dan verifikatif meliputi Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linier Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikan (Uji t dan Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *Brand liking* berpengaruh positif terhadap *brand loyalty* pada produk Somethinc di Toko Kosmetik Beautebox Tasikmalaya, dengan tingkat keeratan hubungan berada pada korelasi sedang. *Brand Competence* berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* pada produk Somethinc di Toko kosmetik Beautebox Tasikmalaya, dengan tingkat keeratan hubungan berada pada korelasi sedang. *Brand liking* dan *brand competence* berpengaruh positif dan simultan (bersama – sama) terhadap *brand loyalty* pada produk Somethinc di Toko Kosmetik Beautebox Tasikmalaya, dengan nilai $r = 2,12$ yang berarti tingkat keeratan hubungannya sangat kuat dan memiliki korelasi positif. Hasil uji hipotesis diketahui bahwa $F_{hitung} 6,62 > 3,12 F_{tabel}$. Dengan demikian berarti apabila *brand liking* dan *brand competence* meningkat, maka *brand loyalty* juga meningkat. Bagi peneliti selanjutnya dapat ditambahkan lagi variabel lain yang dapat mempengaruhi *brand loyalty*.

Kata Kunci : *Brand Liking*, *Brand Competence* dan *Brand Loyalty*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2.1. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2.2. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
2.1. Kajian Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Teori Ilmu Manajemen (<i>Grand Theory</i>).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Teori Manajemen Pemasaran (<i>Middle Theory</i>)..	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Teori <i>Brand Liking, Brand Competence, Brand Loyalty</i> (<i>Applied Theory</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan .	Error! Bookmark

not defined.

2.2 Kerangka PemikiranError! Bookmark not defined.

2.2.1. Pengaruh *Brand Liking* terhadap *Brand Loyalty* Error!
Bookmark not defined.

2.2.2. Pengaruh *Brand Competence* terhadap *Brand Loyalty*Er
ror! Bookmark not defined.

2.2.3. Pengaruh *Brand liking*, dan *Brand Competence*
terhadap *Brand Loyalty* Error! Bookmark not defined.

2.3 Hipotesis PenelitianError! Bookmark not defined.

BAB III METODE PENELITIANError! Bookmark not defined.

3.1. Metode PenelitianError! Bookmark not defined.

3.2. Definisi dan Operasionalisasi VariabelError! Bookmark
not defined.

3.2.1. Definisi Variabel.....Error! Bookmark not defined.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel Error! Bookmark not
defined.

3.3. Populasi dan SampelError! Bookmark not defined.

3.3.1. Populasi.....Error! Bookmark not defined.

3.3.2. Sampel.....Error! Bookmark not defined.

3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data ...Error! Bookmark
not defined.

3.4.1. Sumber DataError! Bookmark not defined.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data Error! Bookmark not
defined.

3.5. Teknik Analisis DataError! Bookmark not defined.

3.5.1. Analisis Regresi.....Error! Bookmark not defined.

3.5.2. Analisis Koefisien Korelasi..... Error! Bookmark not defined.

3.5.3. Analisis Koefisien Determinasi .. Error! Bookmark not defined.

3.5.4. Uji HipotesisError! Bookmark not defined.

3.6. Tempat dan Waktu Penelitian Error! Bookmark not defined.

3.6.1. Tempat PenelitianError! Bookmark not defined.

3.6.2. Waktu Penelitian.....Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.Error! Bookmark not defined.

4.1. Hasil PenelitianError! Bookmark not defined.

4.1.1. Gambaran Umum Beautebox Tasikmalaya Error! Bookmark not defined.

4.1.2. Gambaran Umum Produk Somethinc Error! Bookmark not defined.

4.1.3. Karakteristik Responden Error! Bookmark not defined.

4.1.4. Deskripsi Variabel yang Diteliti Error! Bookmark not defined.

4.1.5. Hasil Pengujian Hipotesis..... Error! Bookmark not defined.

4.2. PembahasanError! Bookmark not defined.

4.2.1. Pengaruh *Brand Liking* Terhadap *Brand Loyalty* pada Produk Somethinc di Beautebox Tasikmalaya .. Error! Bookmark not defined.

4.2.2. Pengaruh *Brand Competence* Terhadap *Brand Loyalty* pada Produk Somethinc di Beautebox Tasikmalaya Error! Bookmark not defined.

4.2.3. Pengaruh *Brand Liking* dan *Brand Competence*

**Terhadap *Brand Loyalty* pada Produk Somethinc di
Beautebox Tasikmalaya**

BAB V PENUTUPError! Bookmark not defined.

5.1. KesimpulanError! Bookmark not defined.

5.2. Saran.....Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA 11

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1. 2.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 1.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 2.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.4.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.5.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.6.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 16.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 17.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 18.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 19.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 20.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 21.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 22.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 23.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 24.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 25.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 26.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 27.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 28.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 29.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 30.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 31.....	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 32.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 33.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 34.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 35.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.2.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 :Surat Izin Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2: Surat Balasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 : Kuesioner Survey Awal.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5 : Olah Data Kuesioner	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6: Uji t.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7: Tabel f.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Budianto. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/11486/2/Bab%20II.pdf> . Diakses pada 07 Maret 2022
- Ahmad Syatori, D. (2019). *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Kereta Api Sembrani Wisata Priority (Studi Kasus: Kereta Sembrani di Stasiun Gambir)* (Doctoral dissertation, Universitas Darma Persada). <http://repository.unsada.ac.id/1265/3/BAB%20II.pdf>. Diakses pada 02 Januari 2022
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Amir, M. A. A. (2020). *Analisa Kandungan Hidroquinon (Hq) Pada Berbagai Macam Merk Foundation Yang dijual Secara Online* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya). http://repository.um-surabaya.ac.id/4783/3/BAB_2.pdf . Diakses pada 17 Maret 2022
- Angela, T dan Effendi, N. 2015. *Faktor-Faktor Brand Loyalty Smartphone Pada Generasi Y*. *Jurnal Psikologi Indonesia*. 3 (1). 79-91. <https://media.neliti.com/media/publications/231819-faktor-faktor-brand-loyalty-smartphone-p-ea11e01e.pdf>. Diakses tanggal 05 Januari 2022
- Ariestyanti, P. K (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Produk Kosmetik Perawatan Kulit Wanita*. <https://lib.ui.ac.id/file?file=pdf/abstrak-20332470.pdf>. Diakses pada 26 Februari 2022

- Ariyanti, A. (2016). *Pengaruh Brand Predictability, Brand Liking, Brand Competence, Brand Reputation, dan Trust In The Company terhadap Brand Loyalty (Studi pada Konsumen Smartphone Samsung di Purworejo*.
<http://repository.umpwr.ac.id:8080/bitstream/handle/123456789/1662/122210005-AMIN%20ARIYANTI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Diakses pada 05 Januari 2022
- A, Rusdiana dan Moch, Irfan. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia Bandung
- Anita, A., 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Pada Pengguna Skin Care di Usia yang Produktif* . <http://repository.uib.ac.id/id/eprint/258>. Diakses tanggal 20 Januari 2022
- Bilgili B. dan Ozkul, E., 2015: 112). Disatu sisi, Arni dan Rahma Wahdiniwaty (2017:73).https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3602/7/UNIKOM_%20DANICAELMA_BAB%20II.pdf . Diakses pada 07 Maret 2022
- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi
- Hasibuan, M. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Cetakan Keenam Belas. PT. Bumi Aksara
 --- 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Ketujuh Belas. Jakarta: PT. Bumi Aksara
 --- 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Edisi Revisi Bumi Aksara
 --- 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Edisi Revisi Bumi Aksara.
- Indriaty, S., Hidayati, N. R., dan Bachtiar, A. 2018. *Bahaya Kosmetika Pemutih Yang Mengandung Merkuri Dan Hidroquinon Serta Pelatihan Pengecekan Registrasi Kosmetika Di Rumah Sakit Gunung Jati Cirebon*.
<https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/JSM/article/view/384>. Diakses pada 24 Januari 2022
- Kumar, N. et. al. 2000. *From Market Driven to Market Driving*. *European Management Journal*. 18. 129-142.
<https://www.researchgate.net/publication/222809336> From market driven to market driving. Diakses tanggal 14 Januari 2022

- Kusuma, Y. 2014. *Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction dan Brand Trust Harley Davidson di Surabaya*. <https://media.neliti.com/media/publications/133975-ID-none.pdf>. Diakses tanggal 07 Januari 2022
- Kurniawan, D. (2015). *Pengaruh Brand Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty: Studi Pada Pengguna Iphone Di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta Angkatan 2011-2014*. <http://e-journal.uajy.ac.id/8251/3/EM218718.pdf>. Diakses pada 19 Februari 2022
- Kotler, P dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Edisi Ke-12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Edisi Ke-13, Jilid 3. Jakarta: Erlangga
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Bensu Di Kota Malang*. <https://www.journal.ubb.ac.id/index.php/holistic/article/view/1804>. Diakses pada 22 September 2022
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen*. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/BAB%20II.pdf>. Diakses pada 20 Februari 2022
- Nurhayati, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2). <http://jurnal.stibsa.ac.id/index.php/jbma/article/download/66/80>. Diakses pada 20 Januari 2022
- Nurhayati, D. S., & Hidayat, A. M. (2020). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Toyota (studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Kendaraan Toyota Di Cilacap)*. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/12078>. Diakses pada 20 Januari 2022
- Nowo, B. P. A. (2018). *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Rina Mitra Raharja Cabang Cirendeu..* <http://eprints.unpam.ac.id/7080/3/BAB%20II.pdf> . Diakses pada 25 Februari 2022

- Pangaribuan, L. (2017). *Efek Samping Kosmetik Dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan*. Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera, 15(2), 20-18. [.https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jkss/article/view/8771/7578](https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jkss/article/view/8771/7578). Diakses pada 22 September 2022
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1176/MENKES/PER/VIII/2010. <https://peraturan.go.id/peraturan/view.html?id=11e44c50c8410570bb6b313233303536> . Diakses pada 26 Februari 2022
- P, Rheza. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Utama
- Pradana, Dony. 2015. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. 4 (1). *Pengaruh Brand Reputation, Brand Predictability, Brand Competence, Trust In Company, dan Brand Liking Terhadap Trust In Brand dan Pengaruhnya Terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Motor Kawasaki Seri Ninja*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2517>. Diakses tanggal 18 Januari 2022
- Purwanti, Y. (2021). *Inovasi Pelayanan Publik Melalui Aplikasi Selesai Dalam Genggaman (Salaman) Dalam Meningkatkan Pelayanan Administrasi Kependudukan Di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Bandung* .<http://Repository.Unpas.Ac.Id/53170/> . Diakses pada 19 Maret 2022
- Putri, V. R. (2019). *Perlindungan Hukum Terhadap Produsen Kosmetika Yang Melakukan Perdagangan Jual Beli Online*. Notarius, 12(2), 580-590. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/notarius/article/view/28997/16766> . Diakses pada 22 September 2022
- Putri, P. P. (2019). *Strategi Pengawasan Peredaran Produk Kosmetik Ilegal Pada Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan Di Kota Samarinda*. [http://format artikel ejournal mulai hlm ganjil \(07-19-19-05-49-15\)\(1\).pdf](http://format%20artikel%20ejournal%20mulai%20hlm%20ganjil%20(07-19-19-05-49-15)(1).pdf) . Diakses pada 21 September 2022
- Putro, R., & KAMAL, M. (2013). *Analisis Pengaruh Brand Reputation, Brand Competence, dan Brand Liking Terhadap Trust In Brand Pada Konsumen Windows Phone Nokia di Surabaya* . <http://eprints.undip.ac.id/39697/1/PUTRO.pdf> . Diakses pada 28 Februari 2022

- Ramaseshan, B., Rabbanee, F. K., & Tan Hsin Hui, L. (2013). *Effects of customer equity drivers on customer loyalty in B2B context*. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 28(4), 335–346. <https://doi.org/10.1108/08858621311313929> . Diakses pada 12 Maret 2022
- R, Firda. (2019). *Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 111-116. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/6690>. Diakses pada 11 Juli 2022
- R, Ida. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Moderating (Survei Pada Konsumen Pizza Hut Cabang Madiun)*. <http://eprints.umpo.ac.id/4098/>. Diakses pada 19 Juli 2022
- Riorini, S. V. (2017). *Peran Brand Loyalty Sebagai Mediator Antara Brand Love Dan Brand Trust Konsumenusaha Jasa Perjalanan Wisata*. *Jurnal Manajemen*, 21(1), 55-70. <http://ecojoin.org/index.php/EJM/article/view/147>. Diakses pada 03 Januari 2022
- Saputri, D. F. (2016). *Dampak Kesadaran Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang: Efek Mediasi Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek*. [http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/6454/NASKAH%20PUBLIKAS I.pdf?sequence=1](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/6454/NASKAH%20PUBLIKAS%20I.pdf?sequence=1). Diakses pada 03 Januari 2021
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta
- 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Susanti, et al.. (2019). *Pengaruh Perceived Brand Quality, Perceived Value Dan Switching Cost Terhadap Customer Satisfaction Dan Brand Loyalty: Studi Pasar Industri Kimia Di Indonesia*. <https://www.researchgate.net/publication/335698252.pdf>. Diakses pada 10 Februari 2022

- Sutanza, B dan Widiyanto, I. (2013). *Analisis Pengaruh Brand Reputation, Brand Predictability, Brand Competence dan Brand Liking Terhadap Brand Loyalty Kendaraan Niaga Merek Mitsubishi (Studi Pada Pemilik Kendaraan Niaga Mitsubishi di Semarang)*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/2650> . Diakses pada 07 Januari 2022
- Yulita, E. P. D. (2020). *Persepsi Konsumen Pengguna Produk Kosmetik Brand Focallure Ditinjau Dari Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU). <http://repository.iainbengkulu.ac.id/4531/>. Diakses pada 22 September 2022
- Yanti, S. (2017). *Pengaruh Kosmetik Pada Era Saat Ini*. <http://docplayer.info/52895796>. Diakses pada 03 Januari 2022
- Zahra Shafiei Zeydanloo, Dr.Azar Kaffashpour (2016). *Pengaruh statifikasi, ekuitas merek, resisten, perasaan merek, kepercayaan merek terhadap Loyalitas pelanggan (customers loyallty) yang meliputi kebiasaan loyalitas (behavioral loyalty) dan sikap kesetiaan (attitudinal loyalty) pada pelanggan merek makanan yang berada di kota Mashhad*. <https://eprint.perbanas.ac.id/3854/6/BAB%20II.pdf>. Diakses pada 20 Januari 2022.