

DAFTAR PUSTAKA

- Acil, D. (2023). *Ratusan Wardah Youth Ambassador Bagikan Inspirasi Fashion Modest Wear Bersama UNIQLO Indonesia*. <https://editorial.femaledaily.com/blog/2023/06/29/wardah-youth-ambassador-bagikan-inspirasi-fashion-modest-wear-bersama-uniqlo>
- Aditya, D., & Setyawan, A. A. (2023). The Role Of Brand Communities And Community Engagement In Building Brand Trust In Social Media. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.3058>
- Al-Amin, M. I. (2022). *Populasi Adalah Salah Satu Objek Penelitian, Ini Penjelasan Para Ahli*. <https://katadata.co.id/agung/berita/6265abd09a1b8/populasi-adalah-salah-satu-objek-penelitian-ini-penjelasan-para-ahli>
- Arviana, G. (2023). *Kupas Tuntas Brand Community, Sekelompok Pelanggan yang Bisa Perkuat Bisnismu*. <https://glints.com/id/lowongan/brand-community-adalah/>
- Azis, Y. A. (2022). *Pengertian Hipotesis Menurut Para Ahli*. <https://deepublishstore.com/blog/hipotesis-penelitian/>
- Bambang, H., Hartono, D., Latar, M. A., & Kegiatan, B. (2020). *STRATEGI INOVASI PRODUK WARDAH COSMETICS DI ERA DISRUPTION*. <https://economy.okezone.com/read/2017/06/20/320/1720396/6-keuntungan-menjalankan-bisnis->
- Candrawardhani, S. (2022). *Pengertian Komunikasi Pemasaran, Tujuan, Peran, dan Contohnya*. <https://www.kitalulus.com/bisnis/komunikasi-pemasaran-adalah>
- Compas, C. (2021). *Pionir Kosmetik Halal, Data Penjualan Wardah Tembus Rp13.4 Miliar dalam 2 Minggu!* <https://compas.co.id/article/data-penjualan-wardah/>
- Damanik, M., Sembiring, B., Rini, E., & Hutagalung, A. (2023). *Pengaruh Brand Image, Expertiental Marketing, Dan Product Quality Terhadap Customer Loyalty Merek Tropicana Slim Pada Premium Community*.
- Desideria, B. (2024). *Klarifikasi Wardah soal Produk Suncreen*. <https://www.liputan6.com/health/read/5322152/klarifikasi-wardah-soal-produk-suncreen?page=2>
- Dewo, M. (2022). *Kenapa komunikasi penting?* <https://akatelkom-bogor.ac.id/2022/07/29/kenapa-komunikasi-penting/>
- Dwi, A. (2023). *Komunikasi Adalah: Pengertian, Jenis, dan Tujuannya*. <https://fisip.umsu.ac.id/2023/08/07/komunikasi-adalah-pengertian-jenis-dan-tujuannya/>
- Effendy, O. (2003). *ILMU, TEORI DAN FILSAFAT KOMUNIKASI*.
- Fadhil, fadhil. (2023). *Bongkar Cara Branding Wardah yang Sukses Meraih Ikon Brand Kecantikan Indonesia*. <https://bithourproduction.com/blog/branding-wardah-yang-sukses/>

- Fatmawati, N. (2021). *Berkomunikasi Secara Efektif, Ciri Pribadi yang Berintegritas Dan Penuh Semangat*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/13988/Berkomunikasi-Secara-Efektif-Ciri-Pribadi-yang-Berintegritas-Dan-Penuh-Semangat.html#:~:text=Jadi%20berdasarkan%20paradigma%20Lasswell%20tersebut,media%20yang%20menimbulkan%20efek%20tertentu>.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*.
- Habibi, M. R., Laroche, M., & Richard, M. O. (2014). The roles of brand community and community engagement in building brand trust on social media. *Computers in Human Behavior*, 37, 152–161. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.016>
- Harrower, M. (2023). 8 Contoh Komunitas Merek Online yang Menginspirasi. https://www-disciplemedia-com.translate.goog/Engaging-Your-Community/8-Brand-Communities-Examples/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc.
- Humas, B. K. (2023). *BPOM Ajak Beauty Enthusiast Memahami Ketentuan dan Persyaratan Kosmetik*. <https://www.pom.go.id/berita/bpom-ajak-beauty-enthusiast-memahami-ketentuan-dan-persyaratan-kosmetik>
- Jatmiko, J. (2019). *KOMUNIKASI PEMASARAN SEBAGAI STRATEGI MEMPERLUAS PASAR*. <https://www.esaunggul.ac.id/komunikasi-pemasaran-sebagai-strategi-memperluas-pasar/>
- Kausar, K. (2023). Value Co-Creation Sebagai Variabel Mediasi Antara Brand Legitimacy Dan Brand Community Terhadap Brand Trust. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(4). <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms>
- Khasanah, L. (2021). *Analisis Data Kuantitatif, Kenali Analisis Deskriptif*. <https://dqlab.id/analisis-data-kuantitatif-kenali-analisis-deskriptif#:~:text=Analisis%20deskriptif%20merupakan%20suatu%20metode,diperoleh%20dari%20kelompok%20subjek%20tertentu>.
- Kumara, A. (2022). *Fakta Singkat Wardah, Brand Kosmetik Halal Pertama di Indonesia*. <https://www.idntimes.com/life/women/adyaning-raras-anggita-kumara-1/fakta-singkat-wardah?page=all>
- Kustiawan, W., Hidayati, J., Daffa, V., Hamzah, A., Harmain, M., Fadli, A., Kuswananda, E., Komunikasi, P. S., Islam, P., Dakwah, F., & Komunikasi, D. (2022). *Keberadaan Ilmu Komunikasi dan Perkembangan Teori Komunikasi dalam Peradaban Dunia*.
- Laily, I. N. (2022). *Pengertian Penelitian Kuantitatif, Karakteristik dan Jenisnya*. <https://katadata.co.id/iftitah/ekonopedia/6295749c7fdd7/pengertian-penelitian-kuantitatif-karakteristik-dan-jenisnya>
- Lestari, I., Lubis, A., & Sembiring, B. (2018). *Effect and Impact of Brand, Trust, and Halal Products towards Switching Barrier on the Loyalty of Tabita Cosmetic Users (Case Study: Students of Faculty of Economics and Business, UNPAB)*.

- Lisnawati, Y. (2023). *Wadahi Beauty Enthusiast, Brand Kecantikan Lokal Ini Bangun Komunitas*. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5272556/wadahi-beauty-enthusiast-brand-kecantikan-lokal-ini-bangun-komunitas?page=3>
- Mariana, D., & Aini, S. (2022a). *Wardah Youth Ambassador Telah Dibuka, Begini cara Daftarnya*. <https://kumparan.com/hipontianak/wardah-youth-ambassador-telah-dibuka-begini-cara-daftarnya-1z1uHK0vOgx/full>
- Mariana, D., & Aini, S. A. (2022b, October 11). *Wardah Youth Ambassador Telah Dibuka, Begini Cara Daftarnya*. <https://kumparan.com/hipontianak/wardah-youth-ambassador-telah-dibuka-begini-cara-daftarnya-1z1uHK0vOgx/full>
- Moedasir, A. (2023). *Brand Trust adalah: Pengertian, Manfaat, dan Indikator*. <https://majoo.id/solusi/detail/brand-trust-adalah>
- Natalia, N. (2023). *Apa itu Brand Community? Ini Pengertian dan 4 Manfaatnya untuk Memperkuat Bisnis Anda*. <https://accurate.id/bisnis-ukm/apa-itu-brand-community/>
- Navisabilla, N. (2023). *Strategi Pemasaran Brand Wardah*.
- Nuraini, N. (2022). *Mengapa Brand Trust Itu Penting?* <https://blog.usetada.com/id/mengapa-brand-trust-itu-penting>
- Nursukma, H., Farida, U., & Widhianingrum, W. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Data, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Resiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Pengguna Tokopedia di Ponorogo)* (Vol. 5, Issue 2). <http://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant>
- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Putri, H. C., & Saputri, M. E. (n.d.). *Analisis Pengaruh Brand Community dan Brand Image terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus pada RUBI Community Avoskin di Kota Bandung) Analysis of the Influence of Brand Community and Brand Image on Brand Loyalty (Case Study on RUBI Avoskin Community at Bandung City)*.
- Putro, B., & Hussein, A. (2019). *PENGARUH BRAND COMMUNITY TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI VALUE CREATION PRACTICE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Komunitas Merek Nikon Team)*. www.bcnaward.jp,
- Redaksi, R. (2023). *Ratusan Wardah Youth Ambassador Bagikan Inspirasi Fesyen Modest Wear Bersama Uniqlo Indonesia*. <https://www.kalbarnews.co.id/2023/06/ratusan-wardah-youth-ambassador-bagikan.html>
- Redaksi, T. (2022). *Sejarah Panjang Kosmetik Wardah Hingga Sukses Jadi Brand Ternama*. <https://liramedia.co.id/read/sejarah-panjang-kosmetik-wardah-hingga-sukses-jadi-brand-ternama>

- Riadi, M. (2021). *Brand Community (Pengertian, Komponen, Indikator, Fungsi dan Manfaat)*. <https://www.kajianpustaka.com/2021/06/brand-community.html>
- Rohmana, I. (2021). *Apa Itu Brand Trust?*
- Roque, J. (2023). *5 Manfaat Membangun Komunitas Merek Online*. <https://blog.smile.io/5-benefits-of-building-an-online-brand-community/>
- Sh, I., & Gewati, M. (2024). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh Fenomenal, Pemerintah Dorong Hasilkan Produk Berdaya Saing Global*. <https://money.kompas.com/read/2024/02/20/211327326/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-fenomenal-pemerintah-dorong-hasilkan-produk>
- Silalahi, Dr. U. (2017). *METODE PENELITIAN SOSIAL KUANTITATIF* (N. F. Atif, Ed.). PT Refika Aditama.
- Silalahi, Dr. U. (2018). *METODOLOGI ANALISIS DATA DAN INTERPRETASI HASIL UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF SOSIAL* (N. F. Atif, Ed.).
- Siregar, Ir. S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dielngkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*. Kencana Prenadamedia Group.
- Sitorus, A., Romli, N., Tingga, C., Sukanteri, N. P., & Ghetta, A. (2022). *Brand Marketing: The Art of Marketing* (A. Sudirman, Ed.). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Soraya, N. (2022). *Bergerak Membawa Manfaat, Wardah Beauty Adakan Wardah Youth Ambassador*. <https://pontianak.tribunnews.com/2022/12/04/bergerak-membawa-manfaat-wardah-beauty-adakan-wardah-youth-ambassador>
- Syafnidawaty, S. (2020). *Pengertian Data Primer*. [https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/#:~:text=Menurut%20Danang%20Sunnyoto%20\(2013%3A21,perusahaan%20dan%20dari%20sumber%20lainnya](https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/#:~:text=Menurut%20Danang%20Sunnyoto%20(2013%3A21,perusahaan%20dan%20dari%20sumber%20lainnya)
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., & Sembel, A. (2019). ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN EKOSISTEM MANGROVE DI PESISIR PANTAI KECAMATAN LOLODA KABUPATEN HALMAHERA BARAT. *Jurnal Spasial*, 6(2).
- Taufik, S. H. (2023). *Kini beromzet triliunan, pahitnya perjuangan Wardah dulu yang selalu ditolak toko kosmetik: Gak terkenal*. <https://www.hops.id/unik/2949467864/kini-beromzet-triliunan-pahitnya-perjuangan-wardah-dulu-yang-selalu-ditolak-toko-kosmetik-gak-terkenal?page=3>
- Ulfah, S. (2022). *10 Daftar Kosmetik Halal yang Telah Disertifikasi MUI*. <https://www.popmama.com/life/fashion-and-beauty/sarrah-ulfah/daftar-kosmetik-dan-skin-care-halal-yang-telah-disertifikasi-mui?page=all>
- Verianty, W. A. (2023). *Variabel Independen adalah Variabel Bebas, Kenali Manfaat dan Contohnya*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5181123/variabel-independen-adalah-variabel-bebas-kenali-manfaat-dan-contohnya>

- Wardah, wardah. (2022). *Wardah Youth Ambassador*. <https://youthprogram.wardahbeauty.com/wardah-youth-ambassador>
- Yui, H. (2024). *Strategi Sukses Mengembangkan Bisnis Kosmetik di Indonesia*. <https://www.total-erp.com/blog/bisnis-kosmetik/>
- Yuliana, Y., & Purnama, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PO. Titian Mas Cabang Bima*. 4.