

## 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, Experiential 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](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 Ligitimacy 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](http://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.*