

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, H. V., Wahyudi, H., & Riyani, O. (2025). Pengaruh brand trust dan brand love terhadap brand loyalty konsumen hand and body lotion Marina mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Baiturrahmah. *Journals of Management and Entrepreneurship*, 1(1).
- Afifah, E. N., & Irvan, L. H. P. (2025). Panduan Lengkap Analisis Statistik untuk Penelitian Skripsi, Tesis, dan Disertasi. (Vol. 11, Number 1).
- Aripin, Z. (2021). *Marketing management*. (Vol. 13, Number 3).
- Aryanti, M. F., & Astini, R. (2025). Pengaruh electronic word of mouth (E-WOM), promosi, dan brand love terhadap keputusan pembelian skincare The Originote. *Creative Research Management Journal*, 8(1), 17–27. <https://doi.org/10.32663/dfj09a81>.
- Ariyanto, A., Bangun, R., & Indillah, M. R. M. (2023). Dasar-dasar manajemen pemasaran. Dalam U. Saripudin (Ed.), *Manajemen pemasaran* (hlm. 1–25). Widina Bhakti Persada.
- Aula Azman, H., & Hakim, R. R. (2022). Pengaruh sponsorship terhadap citra merek Gojek (studi kasus pada acara sepak bola Liga Indonesia di Kota Padang). *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1). <https://doi.org/10.47233/jppisb.v1i1.386>
- Batra, R., Ahuvia, A., & Bagozzi, R. P. (2012). Brand love. *Journal of Marketing*, 76(2). <https://doi.org/10.1509/jm.09.0339>
- Bisnisia.id. (2025). Industri kosmetik nasional diproyeksikan tembus USD 9,7 miliar pada 2025. <https://bisnisia.id/industri-kosmetik-nasional-diproyeksikan-tembus-usd-97-miliar-pada-2025/>
- Bredikhina, N., & Kunkel, T. (2022). Make it count: Examining outcomes of activation and advertising-like event sponsorship. *Event Management*, 26(7). <https://doi.org/10.3727/152599522X16419948391131>
- Carroll, B. A., & Ahuvia, A. C. (2006). Some antecedents and outcomes of brand love. In *Marketing Letters* (Vol. 17, Number 2). <https://doi.org/10.1007/s11002-006-4219-2>
- Catane, J. M., Baguio, K. J. A., Gementiza, J. B., Javier, A. J. C., Jorolan, D. J. R., & Palad, C. A. 2025. The impact of local brand-sponsored events on brand image and consumer buying behavior. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 9(4), 2712–2740. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2025.9040202>
- Chow, M. Y. C., & Ho, S. P. S. (2025). Effects of financial consumer protection on brand love and brand advocacy. *Journal of Financial Services Marketing*, 30(2). <https://doi.org/10.1057/s41264-025-00306-x>

- Chusnaini, A. C., & Rasyid, R. A. (2023). Effect of sponsorship suitability on music festival events. *Accounting and Management Journal*, 7(1). <https://doi.org/10.33086/amj.v7i1.4088>
- Daga, R. (2024). *Branding Marketing* 5.0.
- Derajat, A. M., & Suwitho. (2021). Pengaruh celebrity endorser dan event sponsorship terhadap produk minuman You-C 1000. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(3).
- Dwiridotjahjono, J., Sitanggang, D. A., & Tandiyuk, J. (2025). Efektivitas event sponsorship dalam meningkatkan brand awareness dan penjualan produk Telkomsel Branch Surabaya. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 4(1). <https://doi.org/10.56672/syirkah.v4i1.433>
- Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. *Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias: Beban Kuliah*. 2023a. https://ft.unj.ac.id/s1rias/?page_id=33. Diakses 30 Juli 2026.
- Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. *Program Studi Sarjana Terapan Kosmetik dan Perawatan Kecantikan: Tabel Matakuliah*. 2023b. https://ft.unj.ac.id/str_kpk/?page_id=28. Diakses 30 Juli 2026.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. (T. Q. Media, Ed.). CV Penerbit Qiara Media.
- Forester, B. J., Idris, A., Khater, A., Afgani, M. W., Isnaini, M., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2024). Penelitian kuantitatif: Uji reliabilitas— Quantitative research: Data reliability test. *Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(3).
- Ghozali, H. I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 4.0 untuk penelitian empiris*. Yoga Pratama.
- Gunawan, A., & Tamburian, H. H. D. (2022). Pengaruh sponsorship terhadap brand awareness Livin' by Mandiri (studi pada event e-sport MPL ID Season 8). *Kiwari*, 1(1). <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15619>
- Hassan, E. M. E., & Kamal, E. M. (2025). The mediating role of brand experience on the relationship between electronic event marketing and brand awareness. *CBR - Consumer Behavior Review*, 9(1). <https://doi.org/10.51359/2526-7884.2025.268082>
- Hayati, N., & Sudarwanto, T. 2024. Pengaruh Content Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Tint Barenbliss. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(2), 273–282.
- Jaenudin, R., Chotimah, U., Wargadalem, F. R., Kantoul, A. M. A., & Musa, A. M. (2020). *Sikap mahasiswa Universitas Sriwijaya dan Omdurman Islamic University terhadap permasalahan sosial: Penelitian di Indonesia dan Sudan*. Bening Media Publishing.

- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi pemasaran* (F. A. Darma & M. T. Multazam, Eds.). UMSIDA Press.
- Karo Karo, P., & Firstyana, A. S. (2021). Pengaruh sponsorship pada *event* Bingen Fest terhadap brand awareness Authenticity Clas Mild. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 141–154. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.3245>
- Khotimah, F., Sofia, R. S., & Maulana, A. R. (2024). Analisis penerapan promosi terhadap keputusan pembelian Mie Sakera Kalisat. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, 2(1), 109–118. <https://doi.org/10.31537/jembe.v2i1.2245>
- Koeswanto, A., Putranto, T.D., Budiman, D.H., Enjelita, & Equeena, K. 2023. Sales Promotion Brand Barenbliss Melalui TikTok. *Jurnal Public Corner*, 18(2), 105–123.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing*, (19th Global ed.). Pearson.
- Masitoh, D., & Kurniawati. (2023). Pengaruh brand experience terhadap brand loyalty melalui perceived quality dan brand trust pada pengguna e-wallet di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1). <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15620>
- Michael, L. (2023). *Brand Love: Building Strong Consumer-Brand Connections*. Kogan Page Publishers.
- Miksusanti, Regina, C. P., Karinina, M., Ansyarina, D., Biantoro, V. C., Agustin, E., Sitanggang, Y. P., Pramheswari, P. P., Wijaya, D. P., & Apriani, E. F. (2024). *Kosmetik dan kosmeseutikal*. Lingkar Edukasi Indonesia.
- Nasib, Syaifuddin, & Rusiadi, E. (2024). *Menumbuhkan brand love, brand trust dan revisit intention: Pendekatan teoritis & analisis*. Penerbit Adab.
- Ningrum, L. M. P., & Ratnasari, E. (2023). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Qolsa Metro tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1). <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Nurbaiti, Widyaningrum, I., Lestari, Y.P.I., Putra, T.A., Mahdi, N., Daud, N.S., Ginari, R.P., Efrani, L., Hadi, I., & Faizah, N.R. 2023. *Kosmetologi*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Octavia, Y., & Tjokrosaputro, M. (2023). Membangun loyalitas pada kedai teh: Peran *brand experience* pada *brand love*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 402–412. <https://doi.org/10.24912/jmie.v7i2.23711>
- Pakpahan, A. F., Prasetio, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., Chaerul, M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Rantung, G. A. J. 2021. *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Pandowo, A. (2023). *Brand love: Perspektif Gen Z*.

- Prasojo, B. H. (2020). Buku Ajar Statistik Bisnis. <https://doi.org/10.21070/2020/978-623-6833-84-1>
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Rahmawati, I. F., Roswaty, & Lazuardi, S. (2024). Pengaruh Strategi *Event Marketing*, dan Sponsorship Terhadap Brand Awareness Produk Noodle di PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Kota Palembang. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(3).
- Ramsøy, T. Z., Plassmann, H., Yoon, C., & Devlin, J. T. (Eds.). (2023). *Consumer neuroscience: Foundation, validation, and relevance*. Frontiers Media SA. <https://doi.org/10.3389/978-2-88974-379-7>
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (1987). Advertising, Communications, and Promotion Management. In *Singapore: McGraw Hill* (Vol. 19).
- Saputra, R. H., & Nalurita, S. (2025). Pengaruh sponsorship dan brand image terhadap keputusan pembelian Aqua oleh suporter Timnas Indonesia di wilayah Jakarta Timur. *Jurnal TADBIR PERADABAN*, 5(2), 133–142.
- Shahid, S., Husain, R., Islam, J., & Hollebeek, L. D. (2025). *Brand love and customer brand engagement for masstige: A cross-cultural perspective*. *Journal of Product & Brand Management*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/JPBM-07-2024-5370>
- Shalsabilla, M., Hendayana, Y., Seno Pitoyo, B., Puspaningtyas Faeni, D., & Thamrin, D. (2023). Pengaruh *Event sponsorship*, Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Efisiensi : Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Ilmu Manajemen*, 1(3). <https://doi.org/10.63217/efisiensi.v1i3.135>
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen pemasaran*. UI PRESS.
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). Strategi Pemasaran. In Ansar (Ed.), *Strategi Pemasaran*. Penerbit Intelektual Karya Nusantara.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (5th ed.).
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi promosi pemasaran*. Fkip Uhamka, 309.
- Sulistiyono. (2020). *Manajemen Event Olahraga* (1st ed.). UNY Press.
- Teguh, M., Sistiawan, I. C., Hartanto, L. C., Aji, I. D. K., & Hidayat, Z. (2026). Strategi experiential event marketing communications dalam membangun brand awareness pet clinic. *Jurnal InterAct*, 15(1), 13–25.
- Wardhana, A., & Iba, Z. (2024). Analisis regresi dan analisis jalur untuk riset bisnis menggunakan SPSS 29.0 & SmartPLS 4.0. In *Analisis Regresi Dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan Spss 29.0 & Smart-Pls 4.0* (Number July).

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*.
https://doi.org/10.1300/j054v03n02_03

Yusi, M. S., & Idris, U. (2020). *Statistika untuk ekonomi, bisnis, & sosial*. Salemba Empat.

