

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisawati, A, A & Situmeang, A (2022), Pengaruh Harga Dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Teh Celup Walini PT PERKEBUNAN NUSANTARA (PTPN) VIII BANDUNG, *Pro Mark*, 12 (1)
- Aprielianty, RD, (2023), Pengaruh Online Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Erha Dermatology, *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi (JRMDK)* Vol. 5 No. 2, Juli 2023: Hal 01-14
- Armayanti, A. S. (2019). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Proceeding of Management*, 6(1), 131–138.
- Artiniwati, N, N, Rinuastutu, B, H (2022), Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Trust Dalam Pembentukan Brandloyalty Produk Scarlett Whitening, *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 2 (2)
- Asalia, N, Hidayati, N, Hatneny (2021), Pengaruh Brand Image, Customer Satisfaction, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Costumer Loyalty Pada Kosmetik Wardah (Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA), *JRM*, 10 (9)
- Audina, C., & Rakhman, A. (2023). Pengalaman dan Kepuasan Berpengaruh Positif terhadap Loyalitas Pelanggan Gofood di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 24–39.
- AyundaS., & KusumaY. B. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Netflix. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2815-2825. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3656>
- Brakus, Schmitt dan Zarantonello (2009), Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? American Marketing Association, *Journal of Marketing*: Vol. 73, no. 52 - 68
- Carlson, Monika Kukar-Kinney (2018). Investigating discounting of discounts in an online context: The mediating effect of discount credibility and moderating effect of online daily deal promotions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41 (1), 153-160.
- Cleff T, Walter N, Xie J (2018) The effect of online brand experience on brand loyalty: A web of emotions. *IUP Journal of Brand Management* 15(1): 7–24.
- Darsono, Licen, 2004, *Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif Dalam Analisa Loyalitas Pelanggan*, Kinerja, Volume 8, No.2, T
- De, Keyser A., Verleye K., Lemon K. N., Keiningham T. L., Klaus P. (2020). Moving the customer experience field forward: Introducing the touchpoints, context, qualities (TCQ) nomenclature. *Journal of Service Research*, 23(4), 433–455.
- Dent, M. M., Cheng, B. L., Cham, T. H., & Lee, T. H. (2019). Service Innovation: Building a Sustainable Competitive Advantage in Higher Education. *International Journal of Services, Economics, and Management*, 10(4), 289.

- Dewi, Mariana, P (2020), Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada RM. Wongsolo Malang, *IQTISHODUNA*, 16 (2)
- Djayapranata, Grace Felicia, (2020), Kepuasan Konsumen Tidak Selalu Linear dengan Loyalitas Konsumen: Analisis pada Restoran Cepat Saji di Indonesia, *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 3(4)
- Ernawati, R, Dwi, A, B, Argo, J, G (2021), Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta, *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4 (2)
- Fandi Tjiptono, (2011), *Manajemen dan Strategi Merek*, Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Fairuz, Malinda Rahma, Ujang Sumarwan, & Popong Nurhayati (2023). Pengaruh Citra Merek, Perceived Quality, and Social Media Influencer Terhadap Loyalitas Merek Somethinc: Studi Pada Pengguna Produk Merek Somethinc. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 9(3), 919.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublis
- Geyser, W., "TikTok Statistics - Revenue, Users & Engagement Stats (2021)," 26 April 2021. [Online]. Available: <https://influencermarketinghub.com/TikTok-stats/>
- Gitosudarmo, Indriyo (2014), *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta, BPFEE- Yogyakarta.
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect of Brand Image and Product Quality on Re-Purchase Intention with Customer Satisfaction as Intervening Variables in Consumers of Skincare Oriflame Users – a Study on Students of North Sumatra University, Faculty of Economics and Business. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40–57.
- Guan, J., Wang, W., Guo, Z., Chan, J. H., & Qi, X. (2021). Customer experience and brand loyalty in the full-service hotel sector: the role of brand affect. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(5), 1620–1645. <https://doi.org/10.1108/IJCHM10-2020-1177>
- Gusmita, R. B. (2021). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Keterlibatan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 4(1), 1-2.
- Gunawan, Tjandra, (2019), Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan atas Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan, *Manajemen dan Kewirausahaan*, 7 (2)
- Haasiani, N., (2022), "Data Penjualan Kosmetik Wajah: Brand Lokal Kuat Bersaing," *Compas*
- Hamzah, S, A, Hasanah, Y, N (2023), Pengaruh Harga dan Promo terhadap Loyalitas Konsumen Shopeefood Di Indonesia, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12 (2).
- Hang, Chen (2022). Better or Worse? Effects of online promotion habits on customer value: An empirical study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67 (1).

- Hasim, Asyraf M., Farid Shamsudin, M., Mohd Ali, A., & Shabi, S. (N.D.). The Relationship Between Sales Promotions And Online Impulse Buying In Malaysia. <https://Www.Researchgate.Net/Publication/330039494>
- Harisma, Ainun (2023), Antecedent Dari Continuance Intention To Use E-Payment Dana Pada Pengguna Generasi Z, Parsimonia: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis Section, 10 (1)
- Hurriyati, R. (2019). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Alfabeta
- Iglesias, O., et al. (2011). The Role of Brand Experience and Affective Commitment In Determining Brand Loyalty. *Journal of Brand Management*, 18(8), 570– 582. Diakses dari [https://www.researchgate.net/profile/Oriol\\_Iglesias/publication/49120428\\_The\\_role\\_of\\_brand\\_experience\\_and\\_affective\\_commitment\\_in\\_determining\\_124\\_brand\\_loyalty/links/004635330445f15b85000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Oriol_Iglesias/publication/49120428_The_role_of_brand_experience_and_affective_commitment_in_determining_124_brand_loyalty/links/004635330445f15b85000000.pdf)
- Kahraman Arslan (2020). The Importance of Creating Customer Loyalty in Achieving Sustainable Competitive Advantage. *Eurasian Journal of Business and Management*, 8(1), 11-20.
- Khan, I., Hollebeek, L., Fatma, M., Islam, J. & Rahman, Z. (2019). Brand Engagement and Experience in Online Services. *Journal of Services Marketing*, 34(2), 163-175
- Kelvin, dan M. Adiwijaya (2018). Pengaruh Kualitas, Harga, Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Leko. *Jurnal Agora*, 6(1), 1–10.
- Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management*, 15th ed, Pearson Education Limited, New York
- Kristianto, L.P, (2011). *Psikologi Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS
- Lathifah, Umami, (2023), Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan EKOBIS Vol. 24, No.1, J
- Liu, F., Meng, L., Zhao, Y., & Duan, S. (2020). The Influence of the Corporate Social Responsibility Disclosures on Consumer Brand Attitudes under the Impact of COVID-19. *Frontiers of Business Research in China*, 14(1).
- Liu, Yang, Ouyang, Zhe (2022). Why and when firms respond accommodatively to the product-harm crisis: An institutional perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68 (2).
- Mai Chi, V. T., Paramita, W., & Ha Minh Quan, T. (2022). Does Customer Experience Always Benefit Company? Examining Customers' Epistemic Motivation and Interaction with Service Contexts. *Australasian Marketing Journal*, 30(1), 35-50.
- Mardiana, Fera (2020), Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Perusahaan Otobus Kurnia (PO. Kurnia) Rute Padang-Medan, *Jurnal Ecogen*, 3 (2).
- Maroengsit, W.; Piyakulpinyo, T.; Phonyiam, K.; Pongnumkul, S.; Chaovalit, P.; Theeramunkong, T. A Survey on Evaluation Methods for Chatbots. In

- Proceedings of the 2019 7th International Conference on Information and Education Technology–ICIET 2019, Aizu-Wakamatsu, Japan, 29–31 March 2019; ACM Press: New York, NY, USA, 2019; pp. 111–119.
- Mawardi, mawardi, & Giti, I. M. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(2), 35–45. <https://doi.org/10.53640/jemi.v20i2.804>
- Muhammad Hafiz Sayuti, C. K. (2015). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kafe Nom Nom Eatery Bandung. *e-Proceeding of Management*, 2 (2)
- Muhammad Rizki, & Dety Mulyanti. (2023). Pentingnya Strategi Pemasaran Melalui Penguatan Citra Merek. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 240–245. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i1.680>
- Murniasih, Ni Nyoman (2023) Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Ms Glow Di Singaraja. Undergraduate thesis, Universitas Pendidikan Ganesha.
- Nasution, S, M, A, Nasution, A, E (2023), The Role of Sales Promotion and Prices on Customer Loyalty of Gojek Service Application Users in Medan, *MICEB*, 1 (1).
- Nuriswan, A. D. (2023). Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Produk, dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus: Konsumen Wanita Produk Wardah Kota Bandung). *Educationist: Journal of Educational and Cultural Studies*, 2(2), 9–17. Retrieved from <https://jurnal.litnuspublisher.com/index.php/jecs/article/view/158>
- Novianti, Endri, dan Darlius (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1).
- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 18–24. <https://doi.org/10.35797/jab.v9.i3.18-24>
- Olson, Jerry, J. Paul Peter. (2016), *Consumer Behaviour and Marketing Strategic*, 8th, Boston: McGraw-Hill. Terjemahan Diah Tantri Dwi Andani: Jakarta, Erlangga.
- Pangestika, E. L., dan R. Hidayati (2020). Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro, Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 9(1999), 1–14.
- Park, H., & Soo, P. (2019). The effect of emotional image on customer attitude. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(3), 259–268.
- Payne A; Frow P, (2016), 'A Strategic Approach to Customer Relationship Management', in Baker M; Hart S (ed.), *The Marketing Book*, edn. 7th, Routledge, pp. 391 – 413
- Pratama, Y, A, Tunjungsari, H (2022), Pengaruh Pengalaman Merek Pada Loyalitas Merek Produk Merchandise Klub Sepak Bola Bali United Dengan Mediasi Kepuasan Dan Ketidakpastian, *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6 (1)

- Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136–147. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p136-147>
- Prabowo, Arif, 2023, Pengaruh Service Quality, Perceived Value, Trust, Customer Satisfaction Terhadap Loyalty Di Patuna Tour & Travel, *ECOBISA*, 10, 2
- Putra, T, W, Keni (2020), Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty: Brand Love Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara*, 4(1).
- Qomariyah, L, Haryadi, D (2022). Meningkatkan Loyalitas Merek Dengan Pengalaman Merek Melalui Cinta Merek dan Kepercayaan Merek. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 23(1).
- Rianto, Y, P (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Merek Anyway Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(2).
- Rosita & Satyawisudarini (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (ALMANA)*, 1(3).
- Safira, Bethari (2022), Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Produk Wardah, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 10 No 5 (2021):
- Salsyabila, S, R, Fadila, A (2021). Pengaruh promosi penjualan dan e-service quality terhadap loyalitas pelanggan marketplace shopee. *Kinerja*, 18(4).
- Santi, I. G. A. P. C., & Suasana, I. G. A. K. G. (2021). The Role of Brand Image Mediates the Effect of Electronic Word of Mouth on Repurchase Intention in Starbucks Coffee. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 9(1).
- Sao Mai DAM, (2020), Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty, / *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8 (3), doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585
- Siregar, Q, R, Farisi, S (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio*, 3(1).
- Saputra, M, K, Setyawan, A, A, Soepatini (2023). Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Dan Kepuasan Dalam Membangun Loyalitas Merek Implora Kosmetik Di Kabupaten Sragen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 3(1).
- Sari, H. V. P., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi pada konsumen biskuit oreo di carrefour surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1–9.
- Septiani, R., & Nurhadi, N. (2020). Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 10(2), 249. 102 <https://doi.org/10.12928/fokus.v10i2.2886>

- Setiawati, Leedi; Susanti, Ari. (2022), Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kesadaran Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ella Skin Care di Cabang Gentan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, [S.l.], v. 21, n. 1, p. 49-59, apr. 2022. ISSN 2459-9816. Available at: <<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/30311>>. Date accessed: 09 nov. 2023. doi: <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30311>.
- Sidabutar, Carlos B. (2015), Analisa Pengaruh Brand Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Brand Trust, Customer Satisfaction Dan Customer Intimacy Sebagai Variabel Intervening Pada Kiehl's Surabaya." *Jurnal Strategi Pemasaran*, vol. 3, no. 1,
- Siregar, Q, R, Farisi, S, M (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio*, 3(1).
- Sudari, S. A., A. K. Tarofder, A. Khatibi, dan J. Than (2019). Retraced: Measuring the Critical Effect of Marketing Mix on Customer Loyalty through Satisfaction in Food and Beverage Products. *Management Science Letters*.
- Sudaryanto, S., Hanim, A., & Utari, W. (2020). Behaviour on Repurchase Intention in a Moslem Ethnic Store in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(12), 1341–1355.
- Suastini, I. A. K. S., dan K. Mandala (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(1).
- Suntoro, W, Rahayu, Y, B (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Modus*, 32(1).
- Suprapti, Sri (2022), Pengaruh sensory experience, emotional experience dan social experience terhadap customer satisfaction pada layanan pengemudi ojol perempuan di Prigen, Fair Value: *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4 (4)
- Tannady, H., & Purnamaningsih, P. (2023). Determinant Factors Customer Satisfaction and its Implication on Customer Loyalty: From the Perspective of Customers of Vespa . *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(2), 434-438. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v4i2.786>
- Tanti Utami Dewi, & Priyambodo Nur Ardi Nugroho. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Institut Français Indonesia Di Surabaya. *Jurnal Teknologi Dan Terapan Bisnis*, 3(2), 30-39. <https://doi.org/10.0301/jttb.v3i2.80>
- Thuan Thi Nhu Nguyen (2020). Developing and validating a five-construct model of customer satisfaction in beauty and cosmetic E-commerce. *Heliyon*, 6(9).
- Wardhana, E (2019). pengaruh nilai utilitarian, nilai hedonis, pengalaman pelanggan, kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan sonny VAIO. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 20(2).
- Wicaksono, Dani, (2022), Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis), *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1 (3)

- Wijiyanty, M., Hamid, F. Z., & Kurniawan, R. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta. *Epigram (e-Journal)*, 13(1). <https://doi.org/10.32722/epi.v13i1.811>
- Yuana, Wulan (2018), Pengaruh Customer Experience dalam Beauty Class Wardah Terhadap Loyalitas Konsumen pada Showroom Wardah Ciwalk Bandung, *Prosiding Manajemen*, 1 (1)
- Zameer, H., et al. (2019). Modeling the Role of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Building Service Brand Equity. *International Journal of Asian Business and Information Management (IJABIM)*, 10(2), 55–72

