

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran (Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198-206.
- Anam, C., Husna, P. I. A., & Wahyuni, I. Pengaruh Gaya Hidup Konsumen, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eiger Mojokerto. *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis, Vol. 6 No. 1 Mei 2022*
- Annisa, Tsalis. 2021. *Brand Awareness: Pengertian, Strategi Dan 3 Contohnya*. <https://www.ekrut.com/media/brand-awareness-adalah>. Diakses pada 2 Oktober 2022 pukul 18.43
- Ariyanti, Y. Z., & Pradana, F. I. (2022). Pengaruh Kepuasan Penumpang terhadap Kualitas Pelayanan Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1640-1653.
- Artiniwati, N. N. J., Rinuastuti, B. H., & Septiani, E. (2022). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Trust Dalam Pembentukan Brand Loyalty Produk Scarlett Whitening. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 2(2), 50-60.
- Choiri, Eiril Obeit. 2019. *Apa Itu Branding, Tujuan, Manfaat dan Strateginya Dalam Bisnis*. <https://qwords.com/blog/apa-itu-branding/>. Diakses pada 2 Oktober 2022 pukul 10.27
- Christyawan, H., & Sukresna, I. M. (2020). Peningkatan Brand Satisfaction dan Brand Trust Berbasis Brand Value Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Pengguna Apple Iphone di Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 75-91.
- Deviana, I. M., Rombe, E., & Mubaraq, R. (2018). Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Air Mineral Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 4(1), 45-52.
- Dian, Magdalena. 2022. *Berawal dari Produk Salon dan Spa, Ini Cerita Cella Vanessa tentang Perjalanan Azarine Cosmetics*. <https://journal.sociolla.com/beauty/interview-cella-vanessa-azarine>. Diakses pada 1 Oktober 2022 pukul 12.30
- Dimia. 2021. *Statistik 10 Kategori Terlaris 12 Bulan Terakhir Shopee Berdasarkan Quantity Terjual*. <https://dimia.id/app/marketplace-analyzer/riset-kategori>. Diakses pada 2 Oktober 2022 pukul 11.12

- Grapiku. 2021. Pentingnya **Menciptakan Brand Experience untuk Merebut Hati Konsumen**. <https://grapiku.com/blog/pentingnya-menciptakan-brand-experience/>. Diakses pada 2 Oktober 2022 pukul 17.13
- Gultom, D. K., & Hasibuan, L. P. (2021, June). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Handphone. *In Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora (Vol. 1, No. 1, pp. 214-225)*.
- Guslan, D., & Yani, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi, Harga Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen di Zalora. *Jurnal Logistik Bisnis, 11(1), 24-36*.
- Haryanto, Agni. 2021. Pemasaran Adalah: **Pengertian, Jenis, Tujuan**. <https://www.jojonomic.com/blog/pemasaran-adalah/>. Diakses pada 2 Oktober 2022 pukul 14.50
- Hendriana, D., & Trianita, M. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Pada Skincare Merek Somethinc Di Kota Padang. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University, 21(2), 1-2*.
- Hidayat, M., Primantara, R., & Subandi, S. (2022). Perancangan Media Pembelajaran Perangkat Keras Komputer (Hardware) Berbasis Augmented Reality. Lentera: *Jurnal Ilmiah Kependidikan--Edisi Khusus ISETA, 16-27*.
- Illahi, S. K., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 4(6), 1684-1697*.
- Illahi, S. K., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 4(6), 1684-1697*.
- Khofifah, T., Basalamah, M. R., & Hardaningtyas, R. T. (2022). Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Trust, Dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Wardah Cosmetic (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 11(07)*.
- Kurniasih, Wida. 2021. **Pengertian Pemasaran dan 7 Jenisnya**. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-pemasaran/>. Diakses pada 1 Oktober 2022 pukul 15.20
- Maradita, F., & Susilawati, M. (2021). Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan, dan Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Goa Sumbawa. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2(1), 1-14*.

- Ningrum, D. P. (2020). Bauran Pemasaran pada Bisnis Chockles Es Cokelat Di Kota Yogyakarta. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 3(1), 1-13.
- Nursyamsu, S., Parani, S. B. D., & Hadi, S. (2015). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Repurchase Intention Handphone Merek Samsung Kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeristas Tadulako di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 1(2), 221-232.
- Patricia, Elsa. 2022. *Brand Experience: 4 Indikator Menciptakan Brand dan 4 Strategi Memaksimalkan Pengalaman Pelanggan*. <https://mediaini.com/trik/2022/03/28/77424/brand-experience/>. Diakses pada 1 Oktober 2022 pukul 18.23
- Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 10(1), 21-24.
- Pratiwi, M. D., & Wirastomo, H. (2020). Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Usaha Kecil Menengah Kawasan Dasan Sari, Taman Udayana Kota Mataram 2017). *Journal Of Applied Business And Banking (JABB)*, 1(1), 47-64.
- Raturandang, V. E. (2022). Pengaruh Lifestyle, Inovasi Produk Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Reseller Pasar 45 Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2).
- Riadi, Muchlisin. 2022. *Brand Awareness (Tingkatan, Indikator, Dimensi dan Strategi)*. <https://www.kajianpustaka.com/2022/07/brand-awareness.html>. Diakses pada 2 Oktober 2022 pukul 15.30
- Rosyadi, M. Z. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 1, 14-23.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis pengaruh pengalaman merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek. *Jurnal Modus*, 32(1), 25-41.
- Yadi, S., Andriani, V., & Garmana, D. H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Sinar Sosro Sumedang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle*, 3(2), 99-107.