

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Moorman, C. (2020). *Strategic market management* (11th ed.). Wiley.
- Agustin Selvy Nur, Mulyadi Dedi, & Sungkono. (2024). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Somethinc. *Jurnal Sains Student Research*.
- Akmal Musyadat Cholil. (2020). BRAND AWARENESS IDEAS. Quadrant.
- Ali, A., & Dufresne, M. (2021). Consumer perceptions of product quality and its impact on brand loyalty in the retail sector. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102456.
- Andarini, S. F., Suharto, A., & Rusdiyanto, R. (2025). THE ROLE OF EXPERIENTIAL MARKETING IN THE PURCHASE DECISION OF THE BODY SHOP COSMETIC PRODUCTS IN JEMBER REGENCY. *Jurnal Comparative: Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 106-118.
- Arhofa, G. A., & Andarini, S. (2024). Pengaruh influencer marketing dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk erigo apparel. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 11-21.
- Compas. (2024). Skintific Pimpin Pasar Paket Kecantikan pada Periode Q1 2024. (<https://compas.co.id/article/market-insight-paket-kecantikan-skintific/> , diakses 27 Januari 2025)
- Dewi, A., & Purwanto, T. (2021). The role of product experience and influencer recommendations in brand loyalty. *Marketing Insights Indonesia*, 12(2), 30–42.
- Dharmayanti, D., & Lokito, S. A. (2019). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Comedy Kopi Di Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 121–131, 1–15.
- Fraya, V. (2023). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Jurnal Ilmiah Metadata*, 5(2), 350–372.
- Fitriani, L. K., Al Fisyahr, S. P., & Oktaviani, W. (2023). Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handbody Lotion Viva Survei Pada Konsumen Cirebon. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, (6), 631-638.
- Giovani, R. R., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *Ilmu Manajemen*, 11, 10–17.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, C. (2020). *Service management and marketing: Managing the service profit logic* (4th ed.). Wiley.
- Hamdani, S., *et al.* (2023). Peran demonstrasi produk dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. *Journal of Marketing Studies*, 18(2), 100–112.
- Hendayana, D. (2023). Marketing experiential dan marketing influencer di kalangan mahasiswa.
- Idamatussilmi, F. I., Pujiyanto, A., & Maduwinarti, A. (2023). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI ENVIO STORE RUNGKUT SURABAYA. *Agroterap Jurnal Agroindustri dan Agribisnis*, 2(1), 60-67.
- Indriani, N. R., Rachma, N., & Hufon, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Experiential Marketing Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pada Wisata Pulau Merah Banyuwangi. *Riset Manajemen*, 08.
- Ismawati, E. (2020). *Manajemen pemasaran berbasis strategi kontemporer*. Literasi Nusantara.
- Ismi, A., Kuleh, J., & Wahyuni, S. (2017). Pengaruh experiential marketing dan perceived quality serta advertising terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (Studi kasus mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis (JIMM)*, 5(1), 1-15.
- Jain, R., & Sinha, P. (2021). *Consumer behavior: Theories and applications*. Springer.
- Katamso, T. H., & Sugianto. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Experience dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kecantikan Scarlett Whitening. *MASMAN: Master Manajemen*, 2, 165–183.
- Kasakeyan, R. F., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh electronic word of mouth, kualitas produk dan experiential marketing terhadap keputusan pembelian produk Street Boba Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 1208-1217.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*.

- Latifan, Syna & Futio: MiDa. (2019). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18 (1)(1), 33–38.
- Lestiyani, D. N., & Purwanto, S. (2023). Analisis Pengaruh Influencer Marketing. Lestiyani, N., & Purwanto, S. (2024). Analisis Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Love terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.
- Lesmana, I. S., Bahits, A., & Adiswanse, J. (2022). Promosi Dan Fasilitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Persada Banten. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 515-525.
- Liu, Z., & Ling, J. (2019). Research on Influencing Factors of Purchase Promotion Intention Based on Skincare Industry. *Modern Economy*, 10(3), 1033-1047. of product quality and price fairness on consumers' decision-making processes. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(4), 988-1004.
- Mauladdawil, T. (2023). Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Surabaya) (Doctoral dissertation, UPN" Veteran" Jawa Timur).
- Mranani, N. A., & Lastianti, S. D. (2019). Analysis of The Effect of Experiential Marketing And Community Reference on Purchase Decisions (Study In Surabaya Brain Coffee). *International Journal of Advances in Social and Economics*, 1(1), 36–44.
- Muttaqin, A., Santoso, R., & Wibisono, B. (2023). The synergistic effect of influencer and experiential marketing. *Marketing Review Asia*, 12(4), 67–82.
- Nurvia, P., & Sarasati, L. (2021). The role of experiential marketing in building long-term customer relationships. *Journal of Consumer Behavior*, 10(1), 34–48.
- Pick, C. (2020). Reducing uncertainty through experiential marketing: A study on consumer behavior. *European Journal of Marketing*, 54(7), 1567–1584.
- Pradiatiningtyas, D. (2020). Preferensi dan keputusan pembelian konsumen pada aplikasi belanja online saat pandemi Covid-19. *Journal Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 12(3), 38–45.
- Pramuswari, I., & Kristiawati, I. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Pengalaman Belanja Produk Fashion Tiktokshop. *STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya*.
- Pratiwi, A. (2021). Pengaruh experiential marketing terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 123-134.

- Priansa, D. (2020). *Influencer marketing dalam pemasaran digital*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2020). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanto, R. (2020). *Strategi pengembangan bisnis melalui pemasaran digital*. Malang: Universitas Malang Press.
- Rahayu, A., Febriansah, R. E., & Yulianto, M. R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(5), 1387–1402.
- Riyanto, A., Santoso, B., & Kurniawati, D. (2023). Synergy between experiential and influencer marketing in enhancing consumer purchase decisions. *International Journal of Marketing Strategies*, 18(1), 89-105.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425–444.
- Sari, C. R., & Hidayat, A. M. (2021). Pengaruh Influencer Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *e-Proceeding of Management*, 8(2), 1361–1368.
- Sasoeng, Y. M., Wenas, R. S., & Rondonuwu, C. N. (2025). ANALISIS PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, BRAND IMAGE DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO RITEL MINISO DI MANADO TOWN SQUARE. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 13(01), 55-66.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2022). *Consumer behavior* (13th ed.). Pearson Education.
- Suardana, I., Setiawan, K., & Ramdani, Y. (2024). Virtual experiences and emotional connections in skincare marketing. *Journal of Digital Marketing Innovations*, 14(1), 22–37.
- Suardana, I., Wiryawan, K., & Mahendra, P. (2024). The influence of digital experiential marketing on consumer purchasing decisions. *Journal of Social Media Marketing*, 19(1), 5672.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78.

- Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164-174.
- Wahyudi, R. (2022). Pengaruh Iklan Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Pada Games Online Mobile Legends. *SIBATIK JOURNAL*, 1(5), 563–578.
- Wahyudi, I., & Abdurrahman, A. (2021). *Statistika untuk Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Widjaja, I., & Suryani, N. (2019). *Marketing dalam industri kreatif*. Jakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Walukow, M. E., & Alexandrina, E. (2022). Penerapan Strategi Experiential Marketing pada Klinik Kecantikan Miracle Aesthetic Clinic Kemang Jakarta. *Journal of Research on Business and Tourism*, 2(1), 1-14.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). World Scientific Publishing.
- Yasinta, K. L., & Nainggolan, R. (2023). Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian Somethinc di Surabaya dimediasi oleh brand image. *Performa*, 8 (6), 687–699.
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Nomor April). Deepublish.