

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, U., Islam, K. M. A., Hussain, S., Baqir, M., & Muhammad, N. (2021). Impact Of Brand Image On Customer Loyalty With The Mediating Role Of Customer Satisfaction And Brand Awareness. *International Journal of Marketing Research Innovation*, 5(1), 1-15. <https://doi.org/10.46281/ijmri.v5i1.987>
- Aeni, N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal EBMA: Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1(2), 117-126.
- Alifia S.A, K.K, F.M (2022). Kekuatan Experiential Marketing dan Kepercayaan Merek dalam membentuk kepuasan pelanggan telkomsel. *Jurnal Management Studies and Entrepreneurship*, 3(3), 1777-1783. DOI : <https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.630>
- Alvina, M. (2020). Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia. <https://technobusiness.id/insight/spireinsights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Amirullah. (2021). *Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran, Disusun Sesuai Rencana Pembelajaran Semester*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2021) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenhalindo.
- Ardiani, Mustika Fitri. (2020). *Pengaruh Iklan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan D'Angel*. Masters thesis, Universitas Muhammadiyah Pringsewu.
- Armah, M., & Attafuah, H. F. (2020). The Impact of Brand Awareness on Customer Loyalty. *Journal of Multi-Disciplinary Studies*, 1-19.
- Ayuna, S., & Prabowo, B. (2023). Analisis Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pembentukan Brand Loyalty Teh Pucuk Harum (Studi pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Sains*, 8(1), Hal.30-39.
- Bailey, S., & Milligan, A. (2022). *ON BRANDING : Dampak Digital Terhadap Merek*. Buhana Ilmu Populer.
- Biderman-Gross, F. (2022). Why Is Brand experience The Step Before Customer Experience? <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2022/11/08/why-is-brand-experience-the-step-before-customerexperience/?sh=4ecd06e24645>.

- 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. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.75-91>
- Coaker, Willie. (2021). *Branding With Images: The Ultimate Guide to Grow Your Business with Images: How to Build a Strong Brand Image*. New York: Independently published.
- Compas. (2023, February 21). Brand Skincare lokal terlaris di e-commerce. from <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris>
- Damastuti, R. 2021. "Membedah Feeds Instagram Produk Skincare Lokal (Analisis Isi Kuantitatif Akun Instagram Avoskin)". *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*. 5(2), <https://doi.org/10.24853/pk.5.2.189-199>
- Fandy Tjiptono., (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Edisi 1., Yogyakarta: CV. Andi
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayati, Rina. 2020. Pengertian kerangka berpikir menurut para ahli. <https://penelitianilmiah.com/pengertian-kerangka-berpikir-menurut-paraahli/>
- Hendrayani, Eka, Wahyunita Sitinjak, dan Dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Iskandar, Nur Muhamad. (2022). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocari Sweat*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Jaipong, P., Siripipatthanakul, S., Kaewpuang, P., & Sriboonruang, P. (2022). An Association Between Brand Trust, Brand Affection and Brand Loyalty : The Case of a Coffee Brand in Bangkok Thailand. *Social Science Research Network*, 1(July), 1–14. <https://ssrn.com/abstract=4143568>
- Kasiha, W.N.T., Lumanauw, B., & Raintung, M.Ch. (2023). Pengaruh Brand Experience, Affective Commitment, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Cafe Ngopijo Di Manado. *Jurnal EMBA*, 11(3). 644-655.

- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.
- Kim, Y. J., Park, J. S., & Jeon, H. M. (2021). Experiential value, satisfaction, brand love, and brand loyalty toward robot barista coffee shop: The moderating effect of generation. *Sustainability (Switzerland)*, 13(21). <https://doi.org/10.3390/su132112029>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran Edisi Keenam Terjemahan*. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020a). *Principles of Marketing (M. O. Opresnik (ed.); 18e ed.)*. ESPN The Magazine.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18e Global Edition)* [E-book]. Pearson Education Limited.
- Kristy, F., & Sari, W. P. (2021). Analisis Pemanfaatan Brand Experience terhadap Brand Loyalty pada Brookland Coffee. 5(2), 342–348.
- Maabuat, J. O. R., Dotulong, L. O. H., & Rotinsulu, J. J. (2021). Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Hasjrat Abadi Amando Cabang (Tendean). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3).
- Mcpheron, Abbey. (2021). *Growing Your Business: Brand Image and The Secrets to Success: How to Use Images to Grow Influence*. New York: Independently published.
- Mujid, Abdul & Andrian. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *JIMU (Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara)*, 3(2). <https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JIMU/article/view/2832>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10– 20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Ningrum, Puri, L. M., & Ranasari, E. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakain Pada Toko Qolsa Metro. *Journal Of Student Research*, 1(1), 1–10.
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 693. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>

- Pangestika, T. K., & Khasanah, I. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Experience, Brand Trust, Dan Brand Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Finansial Technology: E-Wallet (Studi Pada Pengguna DANA di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32409>
- Panjaitan, R., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Brand Experience dan Perceived Usefulness Terhadap Brand Loyalty Pada Layanan Spotify Premium di Kota Surabaya. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4). <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9984>
- Pakpahan, A. F., dkk. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Philip, L., Pradiani, T., & Fathorrahman. (2023). Influence Brand Experience, Viral Marketing and Brand Image to Brand Loyalty to Service Users Streaming Spotify in Indonesia. *ADI: Journal on Recent Innovation*, 5(2).
- Prawira, A. A. N. D. N., & Setiawan, P. Y. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Sepatu Merek Nike. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(12), 1305. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i12.p03>
- Pramudita, R., Chamidah, S., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Pengguna Marketplace Tokopedia. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(2).
- Purwanto, H. (2022). Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun. E-ISSN: 2686 – 1771.
- Putra, T. W. & Keni. (2020). Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust untuk Memprediksi Brand Loyalty: Brand Love sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 184-193. <http://dx.doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7759>
- Putri, T., Lindawati, T., & Handayani, Y. (2023). Pengaruh Green Product Innovation dan Green Marketing Terhadap Brand Image Dalam Purchase Decision Produk Avoskin Pada Konsumen Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*. <https://doi.org/10.33508/jumma.v12i1.4711>.

- Rahmawati, L. A., Purwidiyanti, W., Wahyuni, S., & Astuti, H. J. (2023). Influence of Leadership Style, Financial Compensation, Workload, and Work Stress on Performance with Job Motivation as an Intervening Variable. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 23(22), 480–501. <https://doi.org/10.9734/ajeaba/2023/v23i221166>
- Riyanto, F. A., & Nasir, M. (2023). Pengaruh Brand Experience dan Brand Image terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 15(1), 65–84.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish.
- Rizqi Fadhilah, R., Indrayanto, A., & Purnomo Jati, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Bumdes Kartika Mandiri Desa Karangkemiri Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas. Rural Tourism and Creative Economy to Develop Sustainable Wellness. *Midyear International Conference*, 1(01).
- Sanmukhiya, C., & Ijeem, D. B. (2022). Examining the Effects of Brand Addiction, Brand Image and Social Factors on Brand Loyalty in Mauritius. *International Journal of Special Education*, 37(3).
- Sawhani, D, K. (2021). *Digital Marketing: Brand Images*. Surabaya: Scorpindo
- Sewaka, et al., (2022). The Effect of Customer Satisfaction and Service Quality of Banking Products on Loyalty of Bank Customer in Tangerang. *International Journal of Artificial Intelligence Research*. 6(1).
- Sinambela, Lijan Poltak dan Sartono Sinambela (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif - Teori Dan Praktik*. Depok: Rajawali Pers.
- Sinuraya, Anita Yusica, Mokh Rum, and Amanatuz Zuhriyah. 2021. “Pengaruh Bauran Pemasaran Niu Green Tea Terhadap.” *Jurnal AGRISCIENC*, 1: 597–612.
- Smith, P. R. (Paul R., dan Zook, Z.) (2020), *Marketing Communications: Integrating Online and Offline Integration, Customer Engagement, and Analytics Technologies*, Edisi 7, United States: Kogan Page Limited.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sudirman A, (2022). *Brand Marketing : The Art of Branding*. Kota Bandung, Penerbit Media Sains Indonesia
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sumarto, R. H., Sumartono, Muluk, K. R. K., & Nuh, M. (2020). Penta-Helix and Quintuple-Helix in the management of tourism villages in Yogyakarta City. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(1) Special Issue). <https://doi.org/10.14453/aabfj.v14i1.5>
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Modus*, 32(1), 25–41.
- Thai, N. V., Vuong, D. H., Ha, N. T. T., Thinh, N. Q., Kim, M. H., & Quy, N. L. D. (2020). Exploring brand loyalty toward traditional confectioneries in an emerging market. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1), 60–72. [https://doi.org/10.9770/JESI.2020.8.1\(5\)](https://doi.org/10.9770/JESI.2020.8.1(5))
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Vega, N., & Mardatillah, A. (2021). Pengaruh citra merek (Brand Image) terhadap loyalitas merek produk lipstick wardah pada global kosmetik Kecamatan Tualang Kabupaten Siak. *SYNERGY: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 38–44. <https://doi.org/10.52364/synergy.v1i2.8>
- Wardhana, Aditya, et al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wiastruti, R., & Sigar, G. (2021). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Pada Restoran. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 322 - 328. doi:10.24843/JDEPAR.2021.v09.i02.p10
- Yani, R. A., Sinambela, M. T., & Lubis, I. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan “Scarlett Whitening Body Lotion”. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(2), 47. <https://doi.org/10.30587/jre.v5i2.4053>