

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Rizal. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Mendorong Pembelian Ulang (Studi Kasus pada PT.Restomart Cipta Usaha Cabang Semarang). *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol 2, No 2, Hal.65-80
- Alshurideh, M., Nicholson, M., & Xiao, S. (2012). The effect of previous experience on mobile subscribers' repeat purchase behaviour. *European Journal of Social Sciences*, 30(3), 366-376.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1), 143-148.
- Compas, C. (2022, 07 November). Data Penjualan Skincare Lokal Tembus 600 Juta Seminggu. Diakses pada 24 April 2022, dari <https://compas.co.id/article/2020/11/07/>.
- Darwis, F. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Experience Management Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Penumpang Kapal Pt Pelayaran Nasional Indonesia Cabang Balikpapan* (Doctoral dissertation, STIA Dan Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya).
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Felita, C. I. (2015). Analisa pengaruh customer experience terhadap customer loyalty dengan customer engagement dan customer trust sebagai variabel intervening di the body shop. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-10.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Flowers, C.,. 2011. *Guidebook for Export to Japan 2011*.
- Gerstle, T.,. 2016. *Asia Personal Care and Cosmetics Market Guide*. US: Department of Commerce.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goh, S. K., Jiang, N., Hak, M. F. A., & Tee, P. L. (2016). Determinants of smartphone repeat purchase intention among Malaysians: a moderation role of social influence and a mediating effect of consumer satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 6(4).
- Hasan, Ali. 2018. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Huang, Echo. (2011). Online Experiences and Virtual Goods Purchase Intention. *Emerald Group Publishing Limited 1066-2243*, 22(3): 252-274.
- Juniwati, J. (2015). Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 140.
- Kemenperin. (2020, 27 Januari). Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik. Diakses pada 18 September 2021, dari <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Kemp, Simon. (2021, 11 Februari). Digital 2021: Indonesia. Diakses pada 11 September 2021, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kim, J., & Joung, H.-M. (2016). Psychological underpinnings of luxury brand goods repurchase intentions: Brand–self congruity, emotional attachment, and perceived level of investment made. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 9159(June), 1–16. <https://doi.org/10.1080/21639159.2016.1174542>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management*, Edisi 14. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing* (17th ed.). London: Pearson Education Limited.
- Lichterfeld, A., et al., (2015) Evidencebased skin care. *Journal of Wound, Ostomy and Continence Nursing*. 42(5): p. 501-524.

- Lina. (2020, Februari). Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik. Diakses pada 18 September 2021, dari <https://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/>
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. 2011. *Pemasaran Jasa*, Edisi 7. Erlangga: Jakarta.
- Madcoms. 2010. *Facebook, Twitter, dan Plurk Dalam Satu Genggaman*. Yogyakarta: ANDI.
- Mas'ud, A. A., Rombe, E., & Nainggolan, E. P. (2018). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Perilaku Pembelian Ulang Konsumen Pada Café dan Resto Bangi Kopitiam di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 4(1), 71-80.
- Ngatmo, N., & Bodroastuti, T. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sido Muncul Semarang. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, 1(1), 103095.
- Olii, R., Reno, K., & Nurcaya, I. N. (2016). *Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Tiket Pesawat Pada PT Jasa Nusa Wisata Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Pranoto, R. G. (2015). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Konsumen Di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-9.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap pembelian ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 43-54.
- Rahmadewi, T., Farida, N., & Dewi, R. S. (2015). Pengaruh Crm Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembeian Ulang Melalui Brand Trust Pada PT. Nasmoco Pemuda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 243-254.
- Ramadhani, Farah. (2021, 18 Agustus). Data Penjualan Produk Avoskin Juli 2021 di Shopee. Diakses pada 24 April 2022, dari <https://compas.co.id/article/produk-avoskin-terlaris/>
- Rambe, N., Maksum, C., & Yasin, M. (2017). Pengaruh pelayanan, citra merek dan harga terhadap pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan dan word of mouth. *EKOBISMAN-JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 1(3), 241-261.

- Reina, R. (2022, 22 April). Skincare Lokal yang Sering Dikira Merek Internasional. Diakses pada 23 April 2022, dari <https://koinworks.com/blog/skincare-lokal/>
- Riyanto, Galuh Putri. (2021, 23 Februari). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta. Diakses pada 23 September 2021, dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Rizaty, Monavia Ayu. (2021, 05 Agustus). Pertumbuhan Pasar Kosmetik Global Terkontraksi 8% pada 2020. Diakses pada 17 September 2021, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/05/pertumbuhan-pasar-kosmetik-global-terkontraksi-8-pada-2020>
- Rusydi. 2017. *Customer Excellence*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Santoso, A. V. (2020). Analisis pengaruh digital marketing terhadap repeat purchase dengan customer engagement dan customer experience sebagai variabel intervening pada layanan pesan-antar makanan GoFood di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2), 12.
- Statista. (2021). Beauty & Personal Care. Diakses pada 17 September 2021, dari <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/indonesia>
- Subroto, F. A. (2013). Pengaruh Market Orientation Terhadap Service Quality, Satisfaction, Dan Loyalty Pelanggan Toko Buku Gramedia Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(1), 41-52.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno dan Sutarso. (2010). *Marketing In Practice*, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Yogyakarta Graha Ilmu.
- Sukristiani, D., Hayatunnufus, H., & Yuliana, Y. (2014). Pengetahuan Tentang Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Dan Riasan Pada Mahasiswi Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang. *E-Journal Home Economic and Tourism*, 7(3).
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41-53.
- Tetano, V. R. (2014). Pengaruh experiential marketing terhadap pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Breadtalk Surabaya Town Square. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-12.

- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, N. (2017). Pengaruh Brand Performance Terhadap Repeat Purchase Dengan Competitive Advantage dan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Sepeda Motor Honda di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(2), 9.
- Wijaya, P. E. S. A., & Suparna, G. (2017). *Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repeat Purchase Pada Mangsi Coffee Di Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.