

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Y. (2023). *Pengaruh kepuasan pelanggan dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Gacoan Bekasi – Juanda* (Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Internasional Indonesia Bekasi).
- Aji, N. R. S., & Nobelson, N. (2024). Pengaruh Konten Sosmed, Customer Experience Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Suasana Kopi. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2), 38-50.
- Amalia, F., & Haryanto, J. T. (2021). Pengaruh customer experience terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 15–25.
- Audina, C., & Rakhman, A. (2023). Pengalaman dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan GoFood di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 24–39. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i2.954>
- Bhattacharya, A., Srivastava, M., & Verma, S. (2018). Customer Experience in Online Shopping: A Structural Modeling Approach. *Journal of Global Marketing*, 32(1), 3–16. <https://doi.org/10.1080/08911762.2018.1441938>
- Dasmasela, V. B., & Tunjungsari, H. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Pengusaha Wanita. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 864-874.
- Dwipayani, N. M. S. (2023). *Pengaruh konten media sosial Instagram dan citra terhadap keputusan pembelian skincare MS Glow di Kota Denpasar* (Skripsi, Politeknik Negeri Bali).
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kurnia, H., & Rachmawati, I. (2020). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee. *eProceedings of Management*, 7(2).
- Lestari, N., Edy, S., & Muyassaroh, I. S. (2023). Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Dan TikTok Terhadap Perilaku Imitatif Pada Siswa SMA Al-Irsyad Kota Tegal. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 1(2), 267-280.
- Lestari, U. D., Hasan, M. M., Nadif, M. A., Rojuaniah, & Ikramina. (2023). Pengaruh kualitas konten di media sosial terhadap loyalitas pelanggan produk Dapur Cokelat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3), 325–340. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102584>
- Mardhatillah, A., & Rahmadana, M. (2021). Konten media sosial dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Terapan*, 6(3), 181–192.

- Marsella, E., & Halimatussakdiah, H. (2024). Pengaruh Pengalaman Merek dan Persepsi Nilai terhadap Loyalitas Merek yang Dimediasi oleh Kepercayaan Merek pada Skincare Somethinc. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 9(1), 245-258.
- Nanda, R. M., Sudarwati, A. N., & Andriani, T. A. (2024). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian melalui motivasi konsumen sebagai variabel intervening pada produk skincare di Samarinda. *Jurnal Komunikasi & Bisnis Digital*, 6(1), 88–100.
- Nandra, R. A., & Nurhadi, N. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Skin Care Ms Glow. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1725-1742.
- Nurhasanah, A., & Zakiah, K. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial TikTok Vina Muliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 3(2), 99–104. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v3i2.2700>
- Oktavia, V. D., Sarsono, S., & Marwati, F. S. (2022). Loyalitas pelanggan ditinjau dari pelayanan, kepuasan dan kepercayaan pada CV cipta kimia sukoharjo. *Jurnal ilmiah edunomika*, 6(1), 540.
- Praditha, R. (2022). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Butik Plus Gallery Medan* (Skripsi, Universitas Medan Area).
- Putri, I. E., & Afriyeni, A. (2023). Pengaruh dimensi brand equity dan brand trust terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik merek Make Over di Kota Padang. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 72–100. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.981>
- Rahma, N. L. Y., & Sudarwanto, T. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK GLAD2GLOW. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(3), 292-300.
- Rahmadhani, F., & Yudananta, A. F. (2024, May). Pengaruh pemasaran media sosial dan inovasi merek terhadap loyalitas merek: Studi pada produk Somethinc. *Prosiding Seminar Nasional HMP UNS: Research and Community Service (Implementation of the of Scientifically Based Research in The Era of Society 5.0)*. <https://www.researchgate.net/publication/381302252>
- Rahmawati, R., & Nugroho, H. (2018). Pengaruh customer experience terhadap loyalitas pelanggan di bisnis online fashion. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(2), 47–53.
- Ratna Ayu Nandra, & Nurhadi. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Skin Care Ms Glow. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1725-1742. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i6.1249>

- Santoso, S. (2014). *Mengolah data statistik secara profesional dengan SPSS 22*. Elex Media Komputindo.
- Saputra, M. E., Sumiati, & Yuniarinto, A. (2023). Pengaruh customer experience terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan (Studi pada pengguna aplikasi mobile PLN di PLN UP3 Malang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(3), 27–37. <https://doi.org/10.55942/jeb1.v3i3.205>
- Schmitt, B. (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, relate*. Free Press.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metodologi penelitian untuk bisnis* (Edisi ke-6). Salemba Empat.
- Sembiring, D. I., & Fordian, D. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Experience Terhadap Kepuasan UMKM Sebagai Pelanggan JNE Cabang Cikarang. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 29-40.
- Setiawati, L., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kesadaran Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ella Skin Care di Cabang Gentan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 21(1), 49-59.
- Setiobudi, R. (2021). Customer experience dalam perspektif loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pemasaran*, 5(1), 11–20.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryantini, I. G. A. A., & Sujana, I. N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Shopee di Kota Singaraja. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 116–122. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i1.60905>
- Tarigan, M. F., & Nuvriasari, M. (2023). Pengaruh loyalitas merek, pengalaman pelanggan, dan persepsi harga terhadap minat beli ulang produk skincare Scarlett. *Jurnal Riset Manajemen*, 15(2), 111–122.
- Taufan, S., & Akhsan, M. N. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BENGKEL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(2), 274-295.
- Tjiptono, F. 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wiwesa, N. R., Ridhoni, A. S., Maulana, A. Z., Azra, R., Zahwana, Z., Alifah, A. D., ... & Aliifa, J. PENGARUH KONTEN MEDIA INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA AKUN HIMPRODIA DALAM MENARIK MINAT ANAK MUDA TERHADAP JURUSAN PRODUKSI MEDIA. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 6(1), 7.
- Zakiah, K., Oktafiah, Y., & Rizqi, A. I. (2024). Pengaruh pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Ratu Cosmetics Store Kota Pasuruan. *Revenue Manuscript*, 2(5).