

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). The brand relationship spectrum: The key to the brand architecture challenge. *California Management Review*, 42(4), 8–23.
- Abbott, L. J., & Buslepp, W. L. (2022). An investigation of the market's pricing of auditor competence: Evidence from PwC's Oscars blunder. *Accounting, Organizations and Society*, 98, 101310.
- Agustiani, S., & Purnama, S. (2023). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSMENT, LIFESTYLE DAN BRAND*. 6(1), 120–125.
- Ailudin, M., & Sari, D. (2019). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI PADA PELANGGAN ONE EIGHTY COFFEE BANDUNG)* *The Influence Of Customer Experience On Re-Purchase Intention (Study On Customer One Eighty Coffee Bandung)*. 6(1), 1050–1057.
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51–59. <https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.42>
- Amelia Ibnu Wasiat, F., & Bertuah, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Social Media Influencer Terhadap Niat Beli Produk Fashion Pada Generasi Milenial Melalui Customer Online Review di Instagram. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 513–532. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.295>
- Assauri, S. (2009). Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi. *Edisi Pertama Penerbit. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta*.
- Azevedo, G. M. do C., Oliveira, J. da S., Marques, R. P. F., & Ferreira, A. da C. S. (2018). *No Title Handbook of Research on Modernization and Accountability in Public Sector Management. In Handbook of Research on Modernization and Accountability in Public Sector Management*.
- Azhari, M. I., Fanani, D., Mawardi, M. K., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (2015). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang)*. 28(1), 143–148.
- Chiara Gentile, Nicola Spiller, & Giuliano Noci. (2007). How to Sustain the

Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Custome. *European Management Journal*, 25(5), 395–410.

Cholis, N. R., Purbawati, D., & Listyorini, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Layanan Gofood Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 266–275. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Davidson, R. J. (1998). Affective style and affective disorders: Perspectives from affective neuroscience. *Cognition & Emotion*, 12(3), 307–330.

Deloitte, S. L. (2022). *Deloitte*. Deloitte.

Dewi Agustin, A., Riniarti, M., & . D. (2014). Pemanfaatan Limbah Serbuk Gergaji Dan Arang Sekam Padi Sebagai Media Sapih Untuk Cempaka Kuning (Michelia Champaca). *Jurnal Sylva Lestari*, 2(3), 49. <https://doi.org/10.23960/jsl3249-58>

Dorigo, W., De Jeu, R., Chung, D., Parinussa, R., Liu, Y., Wagner, W., & Fernández-Prieto, D. (2012). Evaluating global trends (1988–2010) in harmonized multi-satellite surface soil moisture. *Geophysical Research Letters*, 39(18).

Fauziah, N., & Aziz Mubarak, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 37–44. <https://doi.org/10.17509/image.v8i1.22686>

Forrester, P. J. (2022). Global and local scaling limits for the $\beta=2$ Stieltjes–Wigert random matrix ensemble. *Random Matrices: Theory and Applications*, 11(02), 2250020.

Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90–92.

Ghozali, Imam., D. R. (2013). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2011). Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Goffin, K., Lemke, F., & Szwejcowski, M. (2006). An exploratory study of 'close' supplier–manufacturer relationships. *Journal of Operations Management*, 24(2), 189–209.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Herdaningtyas, G., & Iriani, F. (2017). Pengaruh Iklan dan Penggunaan Selebritas dalam Iklan terhadap Minat Beli Produk Melalui Kesadaran Merek sebagai Variabel Intervening. *Seminar Ekonomi Dan Bisnis (SNEBIS)*, 1(1).
- Hermanda, A., Sumarwan, U., & Tinaprilla, N. (2019). *THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA INFLUENCER ON BRAND IMAGE , SELF-CONCEPT , AND PURCHASE INTENTION*. 04(02), 76–89.
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Prosiding Biema*, 1, 1351–1363.
- Husein, U. (2010). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Keller, K. L. (2013). *Keller: Strategic Brand Management eBook GE 4e*. Pearson Higher Ed.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2014). *Marketing Manajemen Edisi 15 Global Edition England: Pearson Education Limited*.
- Kotler, A. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, Issue 2). Jilid.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Pearson/Prentice-Hall.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran edisi kedua belas jilid 1. Penerbit: PT. Indeks. Jakarta.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (judul asli: Marketing Management), edisi ketiga belas, jilid 1. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.*
- Latif, L. L., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision. *EProceedings of Management*, 8(1), 209–241. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14359/14143>
- Latifah, F., & Iswari, R. (2013). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Lim, X. J., Mohd Radzol, A. R. bt, Cheah, J.-H. (Jacky), & Wong, M. W. (2017). The Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention and the Mediation Effect of Customer Attitude. *Asian Journal of Business Research*, 7(2), 18–36. <https://doi.org/10.14707/ajbr.170035>
- Loeper, A., Steiner, J., & Stewart, C. (2014). Influential opinion leaders. *The Economic Journal*, 124(581), 1147–1167.
- Mahendri, W., & Lutfi, M. (2022). Pengaruh Social Media Influencer, Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(2), 154–163. <https://doi.org/10.30737/jimek.v5i2.3231>
- Makahimpong, W. K. N., Mukuan, D. D. S., & Tumbel, T. M. (2023). Pengaruh Integrated Marketing Communication , Customer Experience dan Brand Image terhadap Purchase Decision pada Lazada Indonesia. *Universitas Sam Ratulangi*, 4(5), 499–506.
- Mandagie, Yunita, V. M., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2008–2017.
- Mani, L., Ganisasmara, N. S., & Larisu, Z. (2022). Virtual Community, Customer Experience, and Brand Ambassador: Purchasing Decision on Youtube. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 100(9), 2735–2755.
- Maulidia, A., Prihatini, A. E., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Mustika Ratu (Studi Pada Konsumen Mustika Ratu Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu*

Administrasi Bisnis, 10(1), 803–812.

Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding customer experience. *Harvard Business Review*, 85(2), 116.

MR Ramadhana, B. P. (2023). *PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCER DAN BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASING DECISION*.

Muryati, M., & Zebua, A. J. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(2), 748. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i2.1536>

Nisa, R. R. (2019). Pengaruh Sosial Media Influencer dan Trustworthiness terhadap Keputusan Pembelian kosmetik make Over (Di Royal Plaza). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 1–4. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/30171/27649>

Oktaviani, A. D., Riyanto, D. W. U., & Fuadiputra, I. R. (2022). The Effect of Electronic Word of Mouth, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchase Decision on Camille Organic Beauty Face Mask. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 2(03), 245–253. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i03.22736>

Pramudita, Y. A. (2013). Analisa pengaruh customer value dan customer experience terhadap customer satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).

Pranoto, Roberto Gunawan dan Dr. Hartono Subagio, S.E., M. M. (2017). *No Title Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Konsumen di Rosetta's Café & Resto Surabaya*.

Pullman, M. E., & Gross, M. A. (2004). Ability of experience design elements to elicit emotions and loyalty behaviors. *Decision Sciences*, 35(3), 551–578. <https://doi.org/10.1111/j.0011-7315.2004.02611.x>

Putri, T. A., Marwan, M., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik La Tulipe Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 734. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5651>

Rahayu, S., & Faulina, S. T. (2022). Pengaruh Digital Customer Experience dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Era Digital. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.568>

- Rahmawati, D. (2019). *Nomer 01 Maret*, 7, 2338–3739. <https://jurnal.unsur.ac.id/jeopallt>
- Romdonah, R., Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2015). Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih). *Journal of Management*, 1(1), 1–7. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/311>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku konsumen edisi ketujuh. *Jakarta: Indeks*.
- Schmitt, B. (1999). *No Title Experiential Marketing. The Free Press New York*.
- Senjaya, V., Samuel, H., & Dharmayanti, D. (2013). 291-482-1-Sm. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–15.
- Setiadi, N. J. (2010). Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana. Sumarwan, Ujang. (2011). Perilaku Konsumen. *Galiuh Indonesia. Bogor*. Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta*.
- Siagian, D., & Sugiarto, S. (2006). *Metode Statistika. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Solomon, S. E., Rabeling, C., Sosa-Calvo, J., Lopes, C. T., Rodrigues, A., Vasconcelos, H. L., Bacci, M., Mueller, U. G., & Schultz, T. R. (2019). The molecular phylogenetics of *Trachymyrmex* Forel ants and their fungal cultivars provide insights into the origin and coevolutionary history of ‘higher-attine’ ant agriculture. *Systematic Entomology*, 44(4), 939–956. <https://doi.org/10.1111/syen.12370>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D. Alfabeta, Bandung*.
- Suryani, T. (2008). Perilaku konsumen: implikasi pada strategi pemasaran. *Yogyakarta: Graha Ilmu*, 118, 162.
- Sutrisno Hadi. (2004). *Metodologi Research 2, Andi Offset, Yogyakarta*.
- Swasta, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen pemasaran analisis perilaku*

konsumen. *Yogyakarta: Bpfe.*

Thompson, A. A., & Peteraf, M. A. (2016). *No TitleCrafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings.*

