

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Ali Hasan. (2018). *Marketing Dan Kasus - Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Amstrong, K. K. (2018). *Principles of Marketing 17th Edition: Global Edition*. KK Amstrong, *Principles of Marketing 17th Edition: Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Arinawati. 2021. *Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian: Daring dan Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Grasindo.
- Bahi, hamdan 'Afif, Praktiko, H., & Dhewi, T. S. (2020). *Hamdan 'Afif Bahi Heri Pratiko Titis Shinta Dhewi ABSTRACT*. International Journal of Business, Economic and Law, 23(1), 255–261.
- Bahri, S., & Herlina. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat beli Produk Smartphone Merek Asus (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung)*. Jurnal Visioner & Strategis, 6(2), 99-109.
- Borghini, S., Diamond, N., Kozinets, R. V., McGrath, M. A., Muniz Jr, A. M., & Sherry Jr, J. F. (2009). *Why are themed brandstores so powerful? Retail brand ideology at American Girl Place*. *Journal of Retailing*, 85(3), 363-375.
- Brakus, J.J., Schmitt, B.H & Zarantonello, L. (2009). *“Brand Experience : What is it? How is it Measured? Does it Affect Loyalty?* *Journal of Marketing*, Vol.73, No.2, pp.
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation*. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1).
- Ferdinand, Augusty. 2002. *“Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah Studi Pendahuluan”*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol.1, No.1, (Mei), p. 107- 119.
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.

- Goyette, et al. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. Canadian. Journal of Administrative Sciences: Wiley Interscience, 27: 5-23.
- Hadi, S. 2004 (20). *Metodologi Research*. Jilid III. Yogyakarta: Andi Offset.
- Harita, H. T. S., & Siregar, O. M. (2022). *Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Tiktok*. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 171-184.
- Hennig- Thureau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, and Dwayne D. Gremler. 2004. "Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?" *Journal of Interactive Marketing*, 18 (1): 38-52.
- <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/indonesia>
- <https://reviews.femaledaily.com/products/sun-98/sun-protection/grace-and-glow/grace-and-glow-black-opium-brightening-sun-body-serum-spf-30-pa>
- Inayah, A., & Sigarlaki F. F. (2021). *Pengaruh Brand Experience, Brand Trust dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention (minat Beli Ulang) Pada Produk Suncare Nivea Di Kota Bandung*. *Jurnal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7 (5).
- Jeong, E., & Jang, S. S. (2011). *Restaurant Experiences Triggering Positive Electronic Word-ofMouth (eWOM) Motivations*. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 356- 366.
- Jonathan, V. (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom), Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aksesoris Mobil Bermaterial Fiberglass Pada Aplikasi Bukalapak/VincentJonathan/ 28170064/*.
- Kotler, P.(2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 12. PT Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing (G. Silva (Ed.); 9 Th)*. National Library Of Australia.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2016. *Principle of Marketing Edisi 15*. Ebook: Pearson.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Prentice-Hall International.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management (15th ed.)*. Prentice-Hall International.
- Kusuma, Y. S. (2014). *Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Loyalty melalui Brand Satisfaction dan Brand Trust Harley Davidson di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 2, 1 - 11.
- Maulidi, S., & Al Rizky, M. (2023). *Pengaruh Harga, Kepercayaan dan E-Wom Terhadap Minat Beli Ulang Permasi Textile Banda Aceh*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam, 4(2), 99-108.
- Moko, Wahdiyat, 2021. *Manajemen Kinerja Teori dan Praktrik*. Malang : UB Press.
- Murniasih, N. N., Luh, N., & Sayang, W. (2023). *MINAT BELI ULANG PRODUK SKINCARE*. 5(1), 140–148.
- Neumire. (2017). *The Brand Gap*. New York: New Riders Publishing.
- Panjaitan, S., Simatupang, T. M., & Saragih, R. (2016). *Pengalaman merek dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 3(2), 123-134.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (edisi ke-6). McGraw-Hill.
- Pratama, A. S., & Sri Padmantyo, M. B. A. (2022). *Imbas Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Pada Minat Pembelian Kembali Produk Iphone Di Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Priyatna, E. H., & Agisty, F. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Sociolla*. Dynamic Management Journal, 7(1), 104-113.
- Puspitasari, E. N. (2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Rahmawati, D. (2024). *PENGARUH BRAND PERSONALITY DAN BRAND EXPERIENCE TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA MAHASISWI PENGGUNA PRODUK KOSMETIK HANASUI (Studi Kasus pada Universitas Widya Dharma Klaten)* (Doctoral dissertation, Universitas Widya Dharma).

- Rerung, Rintho Rante. 2018. *Pemasaran digital: Strategi dan implementasi dalam dunia maya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Schmitt, Bernd, 2016. *Experiential Marketing*, Journal of Marketing Management, Vol.15, p.53-67.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Pelaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Siti Nurhayati, *Pengaruh Brand Trust, Brand Experience dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, Jurnal JBMA Vol. VII, No. 2 (2020): 36-46.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Edisi 2019. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Edisi 2019. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumangla, P. (2014). *Capturing Analyzing, And Managing Word-Of Mouth in the Digital Marketplace*. Pennsylvania: Hershey.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Edisi 2019. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2010). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trifena, R., & Hidayat, W. (2018). *PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA MASKAPAI LION AIR DI KOTA SEMARANG)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 7, 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/20087>.
- Tsou, H.-T. (2019). The impact of internet technology growth on electronic word of mouth (e-WOM) communication: A review. *Journal of Marketing Communications*, 25(4), 387-405.

- Weisfeld-Spolter, S., Sussan, F., & Gould, S. (2014). *An Integrative Approach to eWOM and Marketing Communications*. *Corporate Communications: An International Journal*, 19(3), 260–274.
- Wirawan, D. D. (2022). *Peran moderasi sikap sebelumnya dan penerimaan pesan dalam komunikasi electronic word of mouth (e-WOM)*. *Journal of International Consumer Marketing*.
- Yunita, Widia, 2021. *Edupreneurship dari teori hingga praktik*. Jawa Barat : RumahCermelang Indonesia.

