

Daftar Pustaka

- Amanda Lokito Dan Diah Dharmayanti, S. (2013). Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Comedy Kopi Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran Petra*.
- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). *E-Satisfaction And E-Loyalty: A Contingency Framework*. *Psychology And Marketing*, 20(2), 123–138. <https://doi.org/10.1002/Mar.10063>
- Anggraini, N. P. N., Jodi, I. W. G. A. S., & Putra, D. P. (2020). The Influence Of *Experiential Marketing* And E-Service Quality On *E-Satisfaction* And Repurchase Intention. *Journal Of International Conference Proceedings*, 3(2). <https://doi.org/10.32535/Jicp.V0i0.904>
- Ajzen, I., Fishbein, M., Atomic, I., Agency, E., Federal, T., & Commission, T. (1980). Theory Of Reasoned/Theory Of Planned Behavior. *Social Psychology*, 2007.
- Arif, M., & Syahputri, A. (2021). The Influence Of *Brand Image* And Product Quality On Customer Loyalty With Consumer Satisfaction As A Intervening As A Intervening. *Journal Conference Proceedings Vol. 4 No. 2*, 404-410.
- Basuki, R. A., & Tyastuti, M. R. (2020). Pengaruh *Experientialmarketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Dan Brand Trust. *Journal For Business And Entrepreneurship*, 13(April).
- Bisnis Indonesia. (2021, 5 16). *Prospek Industri Kosmetik Kian Cantik*. Diambil Kembali Dari [Bisnisindonesia.Id](https://bisnisindonesia.id): <https://bisnisindonesia.id/article/prospek-industri-kosmetik-kian-cantik>
- Dharma, A., Sekolah, N., Ilmu, T., & Wiyatamandala, E. (2020). *Pengaruh Brand Image Gojek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid-19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang)* (Vol. 9, Issue 1).
- Dwiastuti, A. L. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Pt Telkom Akses Medan, Aulia Legri Dwiastuti. In *Universitar Medan Area*.
- Hendayana, Y., & Solichati, U. (2021). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Bekasi The Effect Of Experiential Marketing And Trust On Consumer*

Loyalty Users Marketplace Shopee In Bekasi City (Vol. 20, Issue Desember).
[Http://Ejournal.Upi.Edu/Index.Php/Manajerial/](http://Ejournal.Upi.Edu/Index.Php/Manajerial/)

Hur, Y., Ko, Y. J., & Valacich, J. (2011). A Structural Model Of The Relationships Between Sport Website Quality, *E-Satisfaction*, And *E-Loyalty*. *Journal Of Sport Management*, 25(5), 458–473. <https://doi.org/10.1123/Jsm.25.5.458>

Husaini, M. F. (2021). Eksplorasi Augmented Reality Dalam Kaitannya Dengan Customer Experience (Survey Terhadap Pengguna: Shopee Beautycam). *Jurnal Universitas Pendidikan Indonesia*, 119-122.

Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen Cetak* (1st Ed., Vol. 1).

Jayani, D. H. (2019, 10 10). *Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh*. Diambil Kembali Dari [Databoks.Katadata.Co.Id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023)

Kartono, R. A., & Halilah, L. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap *E-Loyalty*. *Journal Polban Vol. 10 No.1* , 1207.

Khoiriati, A. (2021). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Asyifa Swalayan Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(1). <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i1.5106>

Kotler Dan Armstrong. (2016). *Principles Of Marketing*. New York: Pearson International.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Penerbit: PT. Indeks. Jakarta.

Kusuma, M. H. (2021). Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pelanggan Kfc Cabang Baturaja). *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*.

Lidwina, A. (2021, 6 9). *Gaji Generasi Z Dan Milenial Banyak Dibelanjakan Di E-Commerce*. Dipetik 5 10, 2022, Dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/09/gaji-generasi-z-dan-milenial-banyak-dibelanjakan-di-e-commerce>

- Muhamad, O., Sutisna, F., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pada Website Lazada Yang Dimediasi Oleh Variabele-Satisfaction (Studi Pada Konsumen Lazada Indonesia).
- Nasrin, R., Ferlina, A., & Trenggana, M. (2020). The Effect Of *Experiential Marketing*, Emotional Branding, And *Brand Image* On Lion Air's Consumer Loyalty (Case Study On Lion Air's Consumer At Bandung City 2019). *E-Proceeding Of Management*, 7 (1), 1329–1336.
- Noor, L. K., Rahmawati, R., & Kuleh, Y. (2020). The Influence Of *Experiential Marketing* On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As An Intervening Variable For Mahakam Lantern Garden Visitors. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar)*, 4(03). <https://doi.org/10.29040/ijebars.V4i03.1286>
- Nurjaya, & Waskita, N. I. D. (2021). Menciptakan Pengalaman Konsumen Dengan *Experiential Marketing*. *Agroscience*, 11, 89–100.
- Parmana, A. E., & Apriatni. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Jasa Transportasi (Studi Kasus Pada Po. Beju Jurusan Semarang ± Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3).
- Purwanto, E., Kontributor, M., Sofia Senastri Dahlan, K., Bachtiar, D., Mayori Septiani, K., Ridhwan, N., Augusta Susanto, D., Ramadhani Elyosha Marey, D., Deviny, J., & Yayasan Pendidikan, M. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. www.philpublishing.com
- Ranjbarian, B., Fathi, S., & Rezaei, Z. (2012). Factors Influencing On Customers' *E-Satisfaction*: A Case Study From Iran. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, 3(9).
- Rengganis, K., & Kusdiby, L. (2020). Persepsi Penggunaan Fitur Augmented Reality Pada Platform Online Shopping Berbasis Technology Acceptance Model. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop And National*
- Rizki Sukmaputra, E. (2018). The Influence Of Experiential Marketing And Customer Satisfaction Toward Customer Loyalty On Cipanas Hot Spring Garut. *Asian Social Science*, 9(1).
- Santika, I. W., Pramudana, K. A., & Astitiani, N. L. (2020). The Role Of *E-Satisfaction* In Mediating The Effect Of E-Service Quality And E-Wom On *E-Loyalty* On Online Marketplace Customers In Denpasar, Bali, Indonesia.

Management And Economics Research Journal, 6, 1.
<https://doi.org/10.18639/merj.2020.961742>

Septiani, A. (2016). *Pengaruh Brand Image Dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Bukalapak (Studi Kasus Pada Pelanggan Bukalapak)*.

Schiffman, L., & Kanuk Leslie, L. (2007). *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Indeks Prestice Hall.

Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing, How To Get Customers To Sense, Feel, Think, Act, And Relate To Your Company And Brands*. In *New York*. The Free Press.

Subaebasni, S., Risnawaty, H., & Arie Wicaksono, A. (2019). Marketing Effect Of Brand Image, The Quality And Price On Customer Satisfaction And Implications For Customer Loyalty PT Strait Liner Express In Jakarta. *International Review Of Management And Marketing*, 9(1).

Sugiono, S. (2021). Tantangan Dan Peluang Pemanfaatan Augmented Reality Di Perangkat Mobile Dalam Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 10(1).
<https://doi.org/10.31504/komunika.V10i1.3715>

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D. In *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*.

Suprapti, S., & Kunci, K. (2020). Membangun E-Loyalty Dan *E-Satisfaction* Melalui E-Service Quality Pengguna Goride Kota Semarang Development Of E-Loyalty And *E-Satisfaction* Through Quality Of E-Service For Goride User. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 240–255.
<https://doi.org/10.31289/jkbn.V6i2.3795>

Susanti, A., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2021). Pengaruh *Experiential Marketing* Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(1).

Syah, A. B., Prihatini, A. E., & Pinem, R. J. (2022). Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Layanan Video Streaming Digital Viu. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3). <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35418>

- Tangkuman, M. J., Massie, J. D. D., Dari, P., Pemasaran, P., Kepuasan, D., Terhadap, P., Tangkuman, M. J., Massie, J. D. D., & Mangantar, M. (2020). The Effect Of Experiential Marketing And Customer Satisfaction On Customer Loyalty At Mcdonald's Manado. *M. Mangantar.... 204 Jurnal EMBA*, 8, 203–211.
- Top Brand Index. (2021). *Top Brand Index Kosmetik Revlon*. Indonesia: 2022.
- Vanessa Gaffar. 2007. *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Valentina, R. A. N. (2020). Pengaruh *E-Satisfaction* Terhadap *E-Loyalty* Dengan Trust Sebagai Variable Intervening Pada Aplikasi Fintech Ovo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1).
- Wahyudi, I. A. (2021). Peng Aruh *Brand Image* Dan *Experiential Marketing* Terhadap Customer Satisfaction (Studi Pada Hotel Oyo Surabaya). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 25. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.9240>
- Yudistianto, D., Fakultas Ekonomi, H., Bisnis, D., Unggul, E., Jalan, J., Utara Nomor, A., Jeruk, K., & Barat, J. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Intervening (Vol. 1).