

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, K. S., & Warmika, I. G. K. (2019). Peran Trust Memediasi Pengaruh Shopping Experience terhadap Positive Word of Mouth (Studi pada Pengguna Shopee Mobile Shopping di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5825. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i09.p23>
- Aliamin, R., Wiryawan, D., & Ambarwati, D. A. S. (2023). Pengaruh Pengalaman Merek dan Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi pada Merek Mitsubishi Pajero di Bandar Lampung). *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 4(2), 166–178. <https://doi.org/10.36418/jist.v4i02.580>
- Alvina, M. (2021). Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia. Diambil 20 April 2024, dari [https://technobusiness.id/insight/ys-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/#google\\_vignette](https://technobusiness.id/insight/ys-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/#google_vignette)
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Journal Matematika UNAND*, 8 (1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Brabo, N. A., Iswanti, H., & Pratiwi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Pengalaman Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(1), 600–612.
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 307–316.

<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.271>

- Fakhriyah, P. (2020). Pengaruh Layanan Transportasi Online (Gojek) terhadap Perluasan Lapangan Kerja Bagi Masyarakat di Kota Cimahi. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i1.3719>
- Farida, A. I., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Zalora di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1449–1458.
- Fitria, D. N. T., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Niat Membeli Kembali dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 2(2), 592–610.
- Wardhana, E. 2019. Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Sonny Vaio. *Jurnal Ekonomi dan Industri* 20 (2).
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using SmartPLS 3.0: An Updated and Practical Guide to Statistical Analysis.g*
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Hair, J. F., Black, W., C., Babin, B.J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (7<sup>th</sup> ed.).
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian (Konsep Dasar dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8. dalam Riset Bisnis)*. Jakarta: Inkubator Penulis Indonesia.

- Handayani, S., & Karnawati, Y. (2020). Achieving Competitive Advantage Through Intellectual Capital. In *Proceedings of the Annual International Conference on Accounting Research (AICAR 2019)* (hal. 54–58). Paris, France: Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200309.013>
- Kamiluddin, K. (2020). Model Loyalitas Pelanggan Klinik Kecantikan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 21(2) 174–190. <https://doi.org/10.30596/jimb.v21i2.5060>
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–332. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Astuti, Miguna 2020, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Deepublish, Yogyakarta.
- Chaniago, Sabaruddin, dkk 2022, *Keputusan Pembelian Pengguna OVO ditinjau dari kemudahan, Price Discount, dan Kepuasan*, CV. Global Aksara Pers, Surabaya.
- Fielnanda, Refky 2022, *Urgensi Islamic Corporate Governance Dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*, Penerbit Lakeisha, Yogyakarta.
- Musnaini, H., & Wijoyo. (2021). *UMKM Digital Era New Normal*. Jakarta: Insan Cendikia Mandiri.
- Nasution, M., Udayana, I. B. N., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Promotion, Price Perception dan Experience terhadap Customer Loyalty dengan Satisfaction dan Trust sebagai Variabel Intervening. *SEGMENT: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 217–238. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v18i2.6842>
- Nirawati, L., Pratiwi, A. D., Mutiahana, A., & Afida, E. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) terhadap Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax*

*Transformation*, 1(9), 624–631.

Nurdini, S., & Oktini, D. R. (2019). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Prosiding Manajemen*, 5(2), 1112–1117. <https://doi.org/10.29313/v0i0.18190>

Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3), 18–24.

Pramesti, N. A. (2022). *Analisis Value Proposition Dalam Mencapai Product-Market Fit (Studi Kasus Pada Konsumen Erha Clinic Di Jakarta Selatan)*.

Rahmawati, S., Ramdan, A. M., & Komariah, K. (2019). Determinasi Emosional Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Skin Care Clinic. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(5), 475–492.

Ristia, N. D., & Marlien, R. . (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *YUME: Journal of Management*, 4(3), 1–16. <https://doi.org/10.37531/yum.v4i3.1751>

Rojuaniah, R., Savira, K. P., Syah, T. Y. R., Havidz, I. L. H., & Winanta, T. T. (2024). Kualitas Pelayanan, Pengalaman, Kepuasan, dan Perilaku Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 329. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1386>

Satornsantikul, A., & Nuangjamnong, C. (2022). The Impact of Brand Image and Brand Loyalty on Customer Satisfaction: A case study of Luxury Brand in Thailand. *The Journal of Sosial Science Studies and Research*, 2(4), 133-155.

Sam, Y. K., Husna, H., Lubis, A., & Mufti, R. D. W. (2023). Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital dan Kewirausahaan*, 2(1), 35–49. <https://doi.org/10.55983/inov.v2i1.394>

Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). Brand Image, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo di Surabaya. *Jurnal*

*Manajemen Pemasaran*, 13(1), 27–34.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.27-34>

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. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30311>

Simanjuntak, Y., Claudia, D., & Purba, P. Y. (2020). Peran Mediasi Customer Satisfaction dalam Customer Experience Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(2), 171–184. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i2.4795>

Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi. *Cakrawala*, 3(1), 11-21.jh

Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Afabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

Yulinda, A. T., & Iskandar, F. (2023). Pengaruh Brand Image dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Kitaro pada Agen Kitaro Toko ArraKecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 191–198. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3000>