

DAFTAR PUSTAKA

- Afrida, R., Yacob, S., & Sari, N. (2020). Membangun loyalitas pelanggan melalui kualitas produk dan citra merek (studi pada pelanggan Oppo Jambi). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(1), 7–16. <https://doi.org/10.22437/jdm.v8i1.16829>
- Agusto, L. (2025). Application of *Augmented reality* Based on Cognitive Conflict and Stem To Improve Students' Attitudes in 21St Century Learning. *Physics Learning and Education*, 3(2), 271–277. <https://doi.org/10.24036/ple.v3i2.193>
- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>
- Alfitriani, N., Maula, W. A., & Hadiapurwa, A. (2021). Penggunaan Media *Augmented reality* dalam Pembelajaran Mengenal Bentuk Rupa Bumi. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 38(1), 30–38. <https://doi.org/10.15294/jpp.v38i1.30698>
- Amelia, A., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh *Brand awareness* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Produk Spring bed Merek Kangaroo di Toko Prioritas, Pekanbaru). *Prologia*, 2(2), 229. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3581>
- Angelina Cindy Setiawan, Amelia Setiawan, & Hamfri Djajadikerta. (2025). Penerapan *Augmented reality* sebagai Alat Pemasaran untuk Meningkatkan Keterlibatan dan Loyalitas Konsumen: Studi pada Aplikasi IKEA Place. *SATESI: Jurnal Sains Teknologi Dan Sistem Informasi*, 5(1), 117–126. <https://doi.org/10.54259/satesi.v5i1.4172>
- Ansari, D. H., & Dita Amanah. (2018). *Pengantar Manajemen*. Alfabeta, CV.
- Belda-Medina, J., & Marrahi-Gomez, V. (2023). The Impact of *Augmented reality* (AR) on Vocabulary Acquisition and Student Motivation. *Electronics (Switzerland)*, 12(3). <https://doi.org/10.3390/electronics12030749>
- Choi, E., & Lee, K. C. (2019). Effect of trust in domain-specific information of safety, brand loyalty, and perceived value for cosmetics on purchase intentions in mobile e-commerce context. *Sustainability (Switzerland)*, 11(22). <https://doi.org/10.3390/su11226257>
- Darna, N., Mulyatini, N., Setiawan, I., Budianto, A., & Sukomo. (2023). *Metodologi Penelitian*. CV BUDI UTAMA.

- Dr. M.Yusuf, SE., MM., Dr. Cecep Haryoto, SE., MM. Dr. Nazifah Husainah, SE., MM., & Dr. Nuraeni, SE., MM. (2023). Teori Manajemen. In *Teori Manajemen*. Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim.
- Eru, O., Topuz, Y. V., & Cop, R. (2022a). The Effect of *Augmented reality* Experience on Loyalty and Purchasing Intent: An Application on the Retail Sector. *Sosyoekonomi*, 30(52), 129–155. <https://doi.org/10.17233/sosyoekonomi.2022.02.08>
- Febrianty, Lie, D., Almubaroq, H. Z., Bagenda, C., & Ichdan, D. A. (2023). MANAJEMEN BISNIS : KONSEP DAN STRATEGINYA. In *CV. MEDIA SAINS INDONESIA*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–18.
- Fitria Susiani, Sampurno, & Haryani Hatta, I. (2021). Analisis Faktor-Faktor Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Industri Kecantikan di Indonesia. *JRB- Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 114–121. <https://doi.org/10.35814/jrb.v4i2.1514>
- Fitriani, R., Rizha, M., & Amin, F. (2023). Analisis Pengaruh Iklan di Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Pembelian. *Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 9(1), 240–247.
- Halimatus Sayidah, & Adita Nafisa. (2024). Analisis Sistem Pemasaran Produk Olahan Susu Untuk Meningkatkan Penjualan Di Koperasi Produsen Agro Niaga Jabung Syariah Malang Jawa Timur. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 988–999. <https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.466>
- Hapsari, A. W. (2024). Dampak Pemasaran Aplikasi Seluler *Augmented reality*: Memanfaatkan Pengalaman Sosial Bersama untuk Pemasaran Viral. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(4), 1115–1134. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i4.1084>
- Harsanto, K., & Rifai, A. (2024). *Augmented reality* Animal Recognition Game: Enhancing Early Childhood Learning through Interactive Picture Guessing. *International Journal of Educatio Elementaria and Psychologia*, 1(4), 204–211. <https://doi.org/10.70177/ijeep.v1i4.1175>
- Husaini, H., & Fitria, H. (2019). Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan Islam. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v4i1.2474>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajement*. Pearson Education Limited.

- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0*. John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Latif, A. S., Wibowo, T. S., Nurdiani, T. W., Alimin, E., & Suharyat, Y. (2023). Increasing Customer Loyalty Through Service Quality and. *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research (IJEBAR)*, 2023(2), 1–9.
- Lee, B., Sedlmair, M., & Schmalstieg, D. (2024). Design Patterns for Situated Visualization in *Augmented reality*. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 30(1), 1324–1335. <https://doi.org/10.1109/TVCG.2023.3327398>
- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & V.Mangindaan, J. (2021). *Pengaruh Brand awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan*. 11(2).
- Lutfiana, D., Erlita, N., & Romaria, G. (2024). Pengalaman Belanja Berbasis AI : *Augmented reality* sebagai Strategi PR Digital Berkelanjutan dalam Industri Kecantikan daring . Selain itu , AR memberikan kesempatan bagi merek untuk lebih terhubung dengan konsumen industry . This technology enables deepe. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 5, 44–49. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/8281%0Ahttp://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/download/8281/2061>
- M. C. Lumingkewas, E. (2019). KONSEP DASAR MANAJEMEN (Ilmu dan Seni Mengatur Organisasi). *Konsep Dasar Manajemen: Ilmu Dan Seni Mengatur Organisasi*, 1–75.
- Munawaroh, A., & Herlina, L. (2024). Pengaruh Brand Image dan *Brand awareness* terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Vaseline (Studi pada Pengguna Body Lotion Vaseline di TikTok Shop). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(3), 391–404. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1888>
- Nazilah, S., & Ramdhan, F. S. (2021). *Augmented reality* Sebagai Media Pembelajaran Untuk Pengenalan Landmark Negara-Negara ASEAN Berbasis Android Dengan Menggunakan Metode Marker Based Tracking. *Ikra-Ith Informatika*, 5(2), 99–107.
- 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*, 9(3), 18. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25123.18-24>
- Oktavia, V. D., Sarsono, & Marwati, F. S. (2022). *LOYALITAS PELANGGAN DITINJAU DARI PELAYANAN, KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN PADA CV CIPTA KIMIA SUKOHARJO* Vidya Dara Oktavia, Sarsono, Fithri Setya Marwati Universitas Islam Batik Surakarta. 06(01), 540–549.
- Permadi, B., & Aprianty, E. T. (2021). Partial Least Square (PLS). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA SEPEDA UNITED DI TANGGERANG SELATAN*, 1(2), 126. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-9863-7_940
- Philipp A.Rauschnabel. (2017). *Authors 'final manuscript accepted for publication in Computers in Human Behavior , Please cite as : Rauschnabel , P . A . , Rossmann , A . & tom Dieck , M . C . (2017). An adoption framework for mobile augmented reality games : The case of Pokémon Go ,. 1–36.*
- Puspita, S. N., & Tri, S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Skincare MS Glow. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 25–40.
- Putri, Y. M., Utomo, H., & Mar'ati, F. S. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, HARGA DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI GRAND WAHID HOTEL SALATIGA Yuni Maxi Putri 1 , Hardi Utomo 2 , Fudji Sri Mar'ati 3. *Jurnal Among Makarti*, 14(1), 93–108.
- Safitri, S., & Ayu, D. M. (2025). Pengaruh *Brand awareness* dan Penerimaan *Augmented reality* (Virtual Try On) Terhadap Kepuasan dan Keputusan Pembelian Ulang. *ECo-Buss*, 7(3), 2026–2039. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2201>
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan *Brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Seals, A., Olaosebikan, M., Otiono, J., Shaer, O., & Nov, O. (2021). Effects of self-focused *augmented reality* on health perceptions during the covid-19 pandemic:a web-based between-subject experiment. *Journal of Medical Internet Research*, 23(6), 1–16. <https://doi.org/10.2196/26963>

- Shafwa, A. N. B., & Kumalasari, R. A. D. (2024). *PENGGUNAAN VITUAL TRY-ON : PENGARUH ENJOYMENT JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(3), 868–884.
- Sri Hardianti Sartika, S, pd., M. Pd., & Alicia Deana Santosa, S.E., M. M. (2023). *Manajemen Pemasaran*. CV. MITRA CENDEKIA MEDIA.
- Stevi, & Artina, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek , Citra Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Chang Tea Cabang PTC Mall Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 139–150.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta,CV.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*(M. Pd. Setiywami, S.H., Ed.). Alfabeta,CV.
- Sumarsid, & Paryanti, B. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grabfood. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Syamtoro Budi, wahidah Racmah Nur, & Kencana Nilam Putri. (2024). Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 7–10.
- Thakkar, K. Y., Joshi, B. B., & Kachhela, P. P. (2023). *Machine Translated by Google Jurnal Penelitian dan Analisis Manajemen Artikel Penelitian Asli Keterlibatan konsumen dengan realitas ditambah (AR) dalam pemasaran : Menjelajahi penggunaan teknologi AR dalam kampanye pemasaran dan dampaknya Machine Trans.* 10(2), 99–105.
- Trisno, W. R., Zulkarnain, & Syapsan. (2022). The Effect Of *Brand awareness* And Brand Image On Consumer Loyalty. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(4).
- Valenfani, C. F., & Megawati, L. (2024). *Pengaruh Brand awareness terhadap Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Semen Tiga Roda.* 10(1), 197–204.
- Viohafeni, Z. D., & Aliyah, K. N. (2023). Pengaruh Fitur Virtual Try-On, Online Customer Review, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Aplikasi Shopee. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 2(2), 214–226. <https://doi.org/10.22515/juebir.v2i2.7916>

- Viola, Margery, E., & Seri. (2023). Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM) Volume 1 , No . 2 , Oktober 2023 ISSN : 3025-9363 (online). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Word of Mouth Terhadap Minat Pembelian Konsumen Mobil Honda PT. Istana Deli Kejayaan (IDK2) Medan, 1(2)*, 135–145.
- Wardhana, A. (2024). *Brand awareness*. In *Twist* (Number 42). CV.EUREKA MEDIA AKSARA. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2023.v05i03.3571>
- Zeky Ricardo, Sutarno, & Dewi Anggraini. (2022). Analisis Kualitas Produk di PT. Adi Kuasa Gasindo Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 1(2)*, 224–232. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.588>
- Zheng, M., Lillis, D., & Campbell, A. G. (2024). Current state of the art and future directions: *Augmented reality* data visualization to support decision-making. *Visual Informatics, 8(2)*, 80–105. <https://doi.org/10.1016/j.visinf.2024.05.001>