DAFTAR PUSTAKA

Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Konsep dan Indikator*. Yogyakarta: Nusa Media.

Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Aminah, F. Z., Zaini, A., & Rachmi, A. (2025). Pengaruh Brand Trust dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty pada Wardah Kosmetik di Kota Malang. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, *3*(1), 579-589.

Andira, F. D., Komariah, K., & Norisanti, N. (2020). Analisis Web Service Quality Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Shopee (Survei Pada Pengguna Online Shop Kawaidollshop Di Sukabumi). Syntax Idea, 2(7), 216–224

Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, sM., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing* (7th ed.). Melbourne: Pearson Education Australia.

Astutik, R. D., & Purwanto, S. (2024). The influence of brand experience, brand trust, and perceived value on brand loyalty of Maybelline products in Surabaya. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, *3*(8), 3565-3576.

Brauer, C., Pronnet, J., & Zehrer, A. (2025). Examining adoption and effectiveness of WhatsApp as a marketing tool: An example of an Austrian fitness and health center. *International Journal of Digital Marketing Science*, 2(2), 66–86. https://doi.org/10.54099/ijdms.v2i2.1407

Bright, John, et al. (2021). Contemporary Management Practices. London: Global. Management Press.

Curatman, Aang. 2020. “Program Loyalitas Pelanggan - Google Books.” Deepublish(Penerbit Group Cv Budi Utama) 23. Retrieved March 12, 2021

Diallo, M. F., Ryu, S. H., & Kim, H. J. (2021). Conversational marketing and its effects on customer engagement and purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102351. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102351

Evana, S. S., & Ahmadi, M. A. (2025). Peranan Brand Image dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Produk Skincare Skintific. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, *2*(2), 1154-1164

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*.

Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

Ghosh, P. P. (2021). *Principles and Practices of Management*. New Delhi: University Science Press.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Grewal, D., & Levy, M. (2020). *M: Marketing* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Halim, F., Setiawan, R., & Wijaya, T. (2023). Digital Experience dan Pengaruhnya terhadap Brand Loyalty pada Konsumen E-Commerce. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(2), 88–97.

Haming, M., & Nurnajamuddin, M. (2021). *Manajemen Produksi Modern: Operasi Manufaktur dan Jasa* (Edisi 3). Bumi Aksara.

Hasibuan, M. S. P. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Homburg, C., Jozić, D., & Kuehnl, C. (2017). Customer Experience Management: Toward Implementing an Evolving Marketing Concept. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(3), 377-401.

https://www.topbrand-award.com/top-brand

Hurriyati, R. (2020). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Jaelani, E. (2025). Pengaruh Digital Customer Experience terhadap Kepuasan dan Retensi Pelanggan pada E-Commerce TikTok Shop pada Gen Z di Indonesia. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, *17*(1), 50-57.

Januarto, J. (2024). *Pengaruh Digital Marketking melalui Sosial Media Instagram dan Brand Image terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Olin*. Journal of Managementan Bussines (JOMB), 6(3), 1263–1284. https://doi.org/10.31539/jomb.v6i3.9314

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition). Pearson Education

Kerin, R. A., & Hartley, S. W. (2022). Marketing. New York: McGraw-Hill. Education. Khalida, L. R.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (16th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Boston: Pearson Education.

Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta Selatan: LPU-UNAS.

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. https://doi.org/10.1509/jm.15.0420

Manullang, M. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

McLean, G., & Wilson, A. (2019). Shopping in the Digital World: Examining Customer Engagement Through Augmented Reality Mobile Applications. *Computers in Human Behavior*, 101, 210-224.

Perret, J. K., & Schwientek, J. (2025). Beauty tech—Customer experience and loyalty of augmented reality- and artificial intelligence-driven cosmetics. *Digital*, 5(2), 21. https://doi.org/10.3390/digital5020021

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Rahayu, S., & Faulina, S. T. (2022). Pengaruh Digital Customer Experience dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Era Digital. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, *5*(1), 1-13.

Rosmalianda Aprilia, Kokom Komariah, dan Norisanti (Aprilia et al., 2022), diterbitkan di *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, Volume 3, Nomor 4, halaman 1980–1987

Rossanty, Yossie. 2018. *Customer Behaviour In Era Millennial*. Medan: Lembaga. Penelitian dan Penulis Ilmiah Aqli. Saladin,

Scmitt. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan . Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 12, No. 2.

Sitecore. (2021). What is the digital customer experience? Https://Www.Sitecore.Com/. https://www.sitecore.com/knowledge-center/digital-marketing-resources/what-isdigital-customer-experience

Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

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

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhardi. 2018. *Pengantar Manajemen Dan Aplikasinya*. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: Gava Media.

Susianto, A. A., & Erdiansyah, R. (2023). Pengaruh Brand Loyalty terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Crooz_id. *Kiwari*, *2*(3), 381-386.

Ticoalu, G. A. (2019). *Dasar-Dasar*. *Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi.* Andi Offset.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Zahrayunita, Z., & Junaeda, J. (2026). Pengaruh Brand Engagement dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Generasi Z Pengguna Viva Kosmetik di Irma Beauty Shop. *Jurnal Economic Resource*, *9*(1), 25-36.