

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiono, A., Listyorini, S., & Nugraha, H. S. (2022). Pengaruh *Customer Experience* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 244–256. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34564> ISSN: 2746-1297
- Agustiono, A., Listyorini, S., & Nugraha, H. S. (2022). Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 244–256. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34564>
- Akeyodia. (2022). *Seberapa Penting Pengalaman Pelanggan bagi Perusahaan?* Oktober 2022. <https://akeyodia.com/pengalaman-pelanggan-perusahaan/>
- ama.org. (2022). *Definitions of Marketing*. American Marketing Association (AMA). <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Amirullah. (2021). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Indomedia Pustaka.
- Aprileny, I., Rizki, D. K., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics Di Mall Metropolitan Bekasi). *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, 31(01), 37–51. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i01.544>
- Aprilia, R., Komariah, K., & Norisanti, N. (2022). Analysis of The Effect of Brand Trust and Brand Engagement On Brand Loyalty Cosmetic Products (Survey Of Women Using Maybelline Cosmetics at Sukabumi City). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 1980–1987. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Astiti, G. W., & Hidayat, M. S. (2022). Pengaruh Customer Experience, Creatifity dan Innovation Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen Dan Akuntansi (JISMA)*, 1(3), 289–296.
- Astuti, M. F., & Mulyawan, A. (2021). Dampak Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan Kosmetik. *Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 1(2), 90–105.
- Atmaja, A. S., Zulkarnain, & Arifin, K. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Felisa Skin Care Di Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. *JURNAL ECONOMICA*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.46750/economica.v8i1.25>
- Aulia, M., & Wahyuningsih, W. (2021). Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Mahasiswa Universitas Tadulako Menggunakan Kosmetik Bedak Marcks. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*

- (JIMUT), 7(1), 012–020. <https://doi.org/10.22487/jimut.v7i1.212>
- Baehaki, F. (2021). *Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Manfaatnya Bagi Perkembangan Bisnis*. 28 September 2021. <https://cxsense.com/id/artikel/pentingnya-kepuasan-konsumen-dan-manfaatnya-bagi-perkembangan-bisnis-id>
- Chrestina, Y. A., Rahadhini, M. D., & Sriwidodo, U. (2017). Antecedents of Customer Satisfaction in Forming Customer Loyalty. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 149. <https://doi.org/10.23917/benefit.v2i2.5480>
- Damayanti, A. E., Manggabarani, A. S., & Pusporini, P. (2021). Analisis Loyalitas Pelanggan Terkait Kualitas, Harga dan Desain Produk serta Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Kosmetik Brand Wardah). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 125–151. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i2.125-151>
- Darmianti, M., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Pada Konsumen Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JIAB)*, 8(4), 287–299. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2019.24917>
- Dewi, A. P., & Ellitan, L. (2022). Analisa Pengaruh Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, 11(2), 121–129. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i2.4374>
- Dhillon, R., Agarwal, B., & Rajput, N. (2021). Determining the impact of experiential marketing on consumer satisfaction: A case of India's luxury cosmetic industry. *Innovative Marketing*, 17(4), 62–74. [https://doi.org/10.21511/im.17\(4\).2021.06](https://doi.org/10.21511/im.17(4).2021.06)
- diary.marshabeauty.com. (2023). *Marsha Beauty*. <https://diary.marshabeauty.com/>
- Diryana, I., Sudarma, Y. S., Sari, D., & Febrian, E. (2017). The Influence of Customer Value, Integrated Marketing Communication and Customer Trust on Brand Equity: A Study on Green Cosmetic Product in Bandung, Indonesia. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 3(1), 1–10.
- Engkur, & Adiyatma, A. (2020). *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas (Studi Kasus pada Pasien RSU. Persahabatan)*. 1–19.
- Fajarini, A., & Meria, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus Klinik Kecantikan Beauty INC ). *JCA Ekonomi*, 1(2), 481–491.
- FDA. (2021). *Importing Cosmetics*. U.S. FOOD & DRUG ADMINISTRATION. <https://www.fda.gov/industry/importing-fda-regulated-products/importing-cosmetics#cosmetic>

- Febrian, ine, & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Sabun Pembersih Wajah Garnier (Studi Pada Konsumen Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(6), 1989–1995.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi 5). Badan Univeritas Diponegoro.
- Firdiansyah, A. (2021). *Mempelajari Peran Penting Customer Value*. Oktober 2021. <https://glints.com/id/lowongan/mempelajari-peran-penting-customer-value/#.ZAXEZHbP200>
- Ghozali, I., & Latan, G. (2020a). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020b). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarsted, M. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)* (3rd editio). Sage Publishing.
- Hendri, & Rahman, S. (2019). Analysis of the Effect of Customer Value, Service Quality, and Price on Customer Satisfaction. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4(2), 228–243.
- 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>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.,). Pearson Education Limited.
- Laila, N., & Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Konsumen Konsumen Skincare MS Glow di Surabaya. *Seiko : Journal of Management & Business*, 5(2), 453–464. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.658>
- Nandya, T., & Permana, D. (2021). Analysis of the Effect of Electronic Customer Relationship Management (E-Crm) and Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty in Pixy Cosmetic Products. *Dinasti International Journal of Management Science*, 2(3), 467–483. <https://doi.org/10.31933/dijms.v2i3.708>
- Nasrudin, A. (2022). *Nilai Pelanggan: Definisi, Pentingnya, Contoh*. 2022. <https://cerdasco.com/nilai-pelanggan/>
- Noersanti, L., & Alfian, D. (2020). The Influence Of Price, Service Quality And Location On Customer Satisfaction And Customer Loyalty (Case Study At Pasar Jaya Klender SS). *Indonesian College of Economics*, 1–29.
- Nuraini. (2022). *Dari Loyal Customer Jadi Brand Hater, Kok Bisa?* 2022. <https://blog.usetada.com/id/dari-loyal-customer-jadi-brand-haters>

- Prabantoro, G., & Dwiputra, J. (2020). Kepuasan Konsumen di Coffe Ography Jakarta Pusat. *Repository STEI*, 1–21.
- Prahasti dan Nurhadi. (2022). Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek pada produk Hand & Body Lotion Nivea. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(1), 184–198. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.869>
- Rahmawati, N. W. (2021). Kepercayaan Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Klinik Kecantikan. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 472. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i3.6456>
- Riadi, M. (2021). *Kepercayaan Konsumen (Pengertian, Aspek, Jenis, Indikator dan Strategi)*. Januari 2021. <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepercayaan-konsumen-pengertian-aspek.html>
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish, CV. Budi Utama.
- Rizki Aulia, K. F. N. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Produk. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(1). <https://doi.org/10.51804/iej.v1i1.359>
- Sari, E. K., & Wijaya, S. (2019). The Role of Emotional Brand Attachment and Customer Trust in Enhancing Customer Experience ' s Effect on Customer Loyalty Towards Beauty Clinics in Surabaya. *Petra International Journal of Business Studies*, 2(1), 18–26. <https://doi.org/10.9744/ijbs.2.1.18>
- Sari, P. K., & Sulistyawati, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah Studi Pada Konsumen Wardah Mahasiswa Upn “Veteran” Jawa Timur. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(2), 1906–1924.
- Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2016). *Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights*. now publishers inc.
- Sebayang, S. K., & Situmorang, S. H. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kota Medan. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 220–235. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.86>
- 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. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30311>
- Shaw, C., & Hamilton, R. (2016). *The Intuitive Customer*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-53430-9>
- Soe, S. S., & Nuangjamnong, C. (2021). Factors Affecting Customer Loyalty towards Hearty Heart Cosmetics: A Case Local Brand in Yangon, Myanmar.

*International Research E-Journal on Business and Economics June-November 2021*, 6(1), 13–27.

<http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/aumitjournal/article/view/5316>

- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)* (Suryani & L. M. Ali (eds.); 1st ed.). PT. Bumi Aksara.
- Statistik.jakarta.go.id. (2021). *Iklim dan Cuaca DKI Jakarta Tahun 2020*. Statistik Sektor Provinsi DKI Jakarta. <https://statistik.jakarta.go.id/iklim-dan-cuaca-dki-jakarta-tahun-2020/>
- Sugiyono. (2018a). *Metodologi Penelitian*.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Bisnis* (S. Y. Suryandari (ed.); Edisi ke-3). ALFABETA.
- Sugiyono. (2018c). *Metode Penelitian Bisnis* (S. Y. Suryandari (ed.); 3rd ed.). CV. ALFABETA.
- Suyatno, D. (2019). *Kepercayaan pelanggan kunci sukses bisnis perusahaan*. Brilio.Com. <https://www.hashmicro.com/id/blog/customer-value-adalah/>
- Suyatno, D. (2022). *Kepercayaan pelanggan kunci sukses bisnis perusahaan*. 2019. <https://m.brilio.net/creator/kepercayaan-pelanggan-kunci-sukses-bisnis-perusahaan-5a5b14.html>
- Tamia, M., & Soediono, W. (2019). Service Quality, Customer Satisfaction, Dan Corporate Image Terhadap Customer Loyalty Pada Klinik Kecantikan Di Jakarta. *Media Bisnis*, 11(2), 163–170.
- Threesetyanti, L. (2020). *Pentingnya Mengukur Pengalaman Pelanggan Bagi Bisnis Masa Kini*. InfoKomputer. <https://infokomputer.grid.id/read/122478717/pentingnya-mengukur-pengalaman-pelanggan-bagi-bisnis-masa-kini>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (F. Tjiptono (ed.); Ed.1). CV. ANDI OFFSET.
- Unilever.co.id. (2023). *Vaseline*. <https://www.vaseline.com>
- Vaseline.com. (2023). *Cara menggunakan body lotion yang baik dan benar*. Vaseline. <https://www.vaseline.com/id/id/articles/body-care/cara-menggunakan-body-lotion-yang-baik-dan-benar.html>
- Wardhana, E. (2019). Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 20(2). <https://doi.org/10.35137/jei.v20i2.312>
- Wati, D. W. R., Fatmawatie, N., & Fauza, N. (2020). Pengaruh Customer Satisfaction Dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty Produk Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely. *ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development*, 4(1), 50–71.

- Wijaya, J. (2022). *Customer Value adalah Aspek Penting dalam Bisnis Anda!* *Businessstech Hashmicro*. <https://www.hashmicro.com/id/blog/customer-value-adalah/>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2018). *Essentials of Service Marketing* (3rd ed.). Pearson Education Limited.
- Wulandari, A., & Rahmidani, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Customer value Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Produk Sampo Lifebuoy. *Jurnal Ecogen*, 5(3), 364. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i3.12866>
- www.topbrand-award.com. (2022). *Data Top Brand Index (TBI)*. Top Brand Award. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Yani, R. A., Sinambela, M. T., & Lubis, I. (2022). ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN "SCARLETT WHITENING BODYLOTION." *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(2), 47. <https://doi.org/10.30587/jre.v5i2.4053>
- Yosephine Simanjuntak, D. C., & 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>