

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Ardini, S. F., Lubis, N. W., Tarigan, N. E. B., Siburian, K. M. Y., & Sitindaon, N. (2024). Building Customer Loyalty Through Experiential Marketing. *Holistic Science*, 4(3), 373–379. <https://doi.org/10.56495/Hs.V4i3.729>
- Diyanti, S. (2020). *Customer Experience, Kepuasan Pelanggan Dan Repurchase Intention Pada E-Commerce Shopee*. 2.
- Fauzia, N. W. A. (N.D.). *Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2023/2024*.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Ed.). Cengage.
- Herauani, A., Husnatarina, F., Umbing, G. B., Yuni, S., Kubertein, A., & Christian, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Harga, Dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi*, 6(2).
- Lenaini, I. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling*. 6(1).
- Lukiani, E. R. M., Tjetjep, T. Y. A., Zainal, Z. A., Bayu, B. S., Elis, E. I., & Efa, E. W. P. (2021). Pengaruh Instagram Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri: Pengaruh Instagram Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (Jpeaku)*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.29407/Jpeaku.V1i1.16285>
- Mahardhika, M., Arintowati, D., Respatiningtias, D. S., & Putri, Y. (2023). *Apakah Kepercayaan Dan Ketergantungan Berpengaruh Terhadap Repurchase Intention Hand And Body Lotion Citra?*
- Muchlisna, R. (2024). *Peningkatan Repurchase Intention Berbasis Brand Image, Persepsi Harga Dan Customer Satisfaction (Studi Pada Konsumen Produk Skincare Ms Glow Di Kota Semarang)*.
- Ningsih, K. S. W., & Sutedjo, B. (2024). Pengaruh Customer Value Dan Customer Experience Terhadap Purchase Intention Dan Terhadap Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(1), 339–352. <https://doi.org/10.31955/Mea.V8i1.3680>
- Noer, A. M., Tirta Wiyata, M., & Lina, N. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Dan Service Quality Terhadap Repurchase Intention. *Cakrawala Repositori Imwi*, 5(2), 179–189. <https://doi.org/10.52851/Cakrawala.V5i2.127>
- Novia, R., & Sudrajat, A. (2024). *Pengaruh Priceperceptionterhadap Repurchaseintentionfore Coffee Galuh Mas Karawang (Studi Pada Generasi Z)*.

- Permana, E., Eka Putri, R. S., Alfinda, P. D., & Mardhiyah, M. (2024). Strategi Pemasaran Produk Skincare Somethinc Di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(2). <https://doi.org/10.32493/Jpkpk.V7i2.29289>
- Pratiwi, P. G. I. (2022). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Perceived Price Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Oriflame (Studi Pada Konsumen Oriflame Di Kota Denpasar)*. 3.
- Purnomo, H. (2023). Peran Harga, Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lotus Garden & Resort Kediri. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*, 6(2), 48–62. <https://doi.org/10.15642/Manova.V6i2.1334>
- Purnomo, H., Samari, S., & Soejoko, D. K. H. (2022). Brand Perception Pada Purchase Decision Melintasi Purchase Interest Produk Rtd Teh Merek Pucuk Harum Di Masyarakat Kota Kediri. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19(1), 1–16. <https://doi.org/10.29259/Jmbt.V19i1.15495>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/Jemsi.V2i4.461>
- Rendy Irwanto, M., & Tjipto Subroto, W. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Promosi Terhadap Niat Pembelian Ulang Konsumen Shopee Saat Pandemi: Indonesia. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 289–302. <https://doi.org/10.22437/Jpe.V17i2.17438>
- Rustamana, A., Wahyuningsih, P., Azka, M. F., Wahyu, P., Tirtayasa, S. A., & No, C. R. (2024). *Penelitian Metode Kuantitatif*. 6.
- Salam, K. N., Singkeruang, A. W. T. F., Husni, M. F., Baharuddin, B., & A.R, D. P. (2024). Gen-Z Marketing Strategies: Understanding Consumer Preferences And Building Sustainable Relationships. *Golden Ratio Of Mapping Idea And Literature Format*, 4(1), 53–77. <https://doi.org/10.52970/Grmlf.V4i1.351>
- Sauw, O., & Mointi, R. (2023). Customer Experience Dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Produk Online. *Yume: Journal Of Management*, 6(1), 260. <https://doi.org/10.37531/Yum.V6i1.3574>
- Sindy Aliffiarantika & Abdul Waris. (2024). Pengaruh Product Quality Dan Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Skincare Narcisse Beauty Care Di Kota Probolinggo. *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(4), 200–211. <https://doi.org/10.55606/Cemerlang.V4i4.3259>
- Solikah, M., & Kusumaningtyas, D. (2022). *Tik Tok Shop: Quality System And Marketing Mix On Consumer Satisfaction Of Online Shopping*.
- Sukmawati, D. A. ., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.32477/Jrabi.V2i2.487>
- Tuqa, B. R., & Widyastuti, H. (2023). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention Pada Layanan Grabfood Selama Pandemi Covid-19. *Manajemen Ikm: Jurnal Manajemen*

- Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 17(1), 15–23.
<https://doi.org/10.29244/mikm.17.1.15-23>
- Wahyuningsih, T. (2024). Maraknya Penggunaan Skincare Di Kalangan Anak Muda. *Bisnis*. <https://www.rri.co.id/medan/bisnis/1185494/maraknya-penggunaan-skincare-di-kalangan-anak-muda>
- Widodo, M. W. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lapangan Futsal Mareno 2 Ngunut Tulungagung Tahun 2017 The Influence Of Service Quality, Facility, And Location*.
- Witoelar, R. N., Hasyim, I., & G.I.K., M. (2024). Pengaruh Price Perception Terhadap Repurchase Intention Melalui Perceived Value Di Gardenice Rink Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(2), 642–656. <https://doi.org/10.31955/Mea.V8i2.3995>
- Yudhiswara, G. D., & Evangelista, L. (2024). Pengaruh Brand Image, Product Quality, Dan Price Perception Terhadap Repurchase Intention Honda Vario Di Kota Cimahi. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(5), 1869–1878.
<https://doi.org/10.31539/Costing.V7i5.11976>