

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hamdany, M. S. N. (2023). MEMAHAMI BRAND EQUITY BERDASARKAN SOCIAL MEDIA MARKETING: PERAN PERCEIVED UNIQUENESS DAN BRAND EXPERIENCE. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(4), 25-37.
- Al-Dweeri, S. O., Al-Dweeri, F. A., & Al-Olayan, N. A. (2021). "The mediating role of brand loyalty and perceived quality in the relationship between brand trust and customer-based brand equity": An empirical study in the Kingdom of Saudi Arabia. *International Journal of Marketing Studies*, 13(4), 1-14.
- Amelia, D. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Amin, M., Nasution, A. P., Sambodo, I. M., Hasibuan, M. I., & Ritonga, W. A. (2021). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk Online Dengan Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Mediasi. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(1), 122–137. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v8i1.2443>
- Ardana, F. N., & Artanti, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk Fashion pada E-Commerce: Pengaruh Fashion Consciousness, Shopping Enjoyment, Nilai Konsumen. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 123-137
- Arief, S., Aisyah, S., Ramadhan, R., & Aulia, A. (2023). Penerapan Desain Packaging Pada Label Produk Umkm Berdasarkan Jenis Haki Merek. *Jurnal Bidang Penelitian Advertising Dan Desain Grafis*, 1(2), 93-100.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3), 8920–8928. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>
- Beig, F. A., & Khan, M. F. (2018). Impact of social media marketing on brand experience: A study of select apparel brands on Facebook. *Vision*, 22(3), 264-275.
- Cynthia, C., & Keni, K. (2023). Brand Experience, Perceived Value, and Social Media Marketing to Predicate Brand Loyalty. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(1), 402–408. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i1.402-408>

- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. A. (2021). Pengaruh social media marketing terhadap brand image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852-862.
- Darmawan, D. (2018). The effect of brand experience on brand trust and brand loyalty. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 7(2), 13-24.
- Dwi Fernanda, E., & Tuti, M. (2023). PENGALAMAN MEREK MEMPENGARUHI CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN LOYALITAS MEREK DI SENAYAN DRIVING RANGE. *Panorama Nusantara* (Vol. 18, pp. 1–15). Retrieved from <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/panorama>
- Entrepreneurship Through Business Model Innovation. *Fostering Global Entrepreneurship Through Business Model Innovation*, 1–309. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-6975-0>.
- Ermawati, P. W., Sudiro, A., & Khusniyah, N. (2016). Pengaruh kesadaran merek dan asosiasi merek terhadap ekuitas merek pada pelanggan Hypermarket di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(2), 373-386.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Giang Barrera, K., & Shah, D. (2023). Marketing in the Metaverse: Conceptual understanding, framework, and research agenda. *Journal of Business Research*, 155(PA), 113420. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113420>.
- Gumalang, R. F., Saerang, D. P., & Arie, F. V. (2022). The influence of content marketing, influencers and psychological factors on brand awareness of tiktok advertising. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 128-138.
- Hafiza, N., & Shoffah, S. N. A. (2024). E-Commerce Memicu Maraknya Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 26(1), 24-35.
- Haryanto, Budi, et al. (2021). "The Impact of Social Media Marketing on Brand Experience, Brand Trust, and Customer-Based Brand Equity: A Study of Indonesian Generation Z Consumers." *International Journal of Research in Marketing*, 80, 102541
- Hayati, E., Ramdan, A. M., & Norisanti, N. (2022). Analysis of Brand Trust in Mediating the Relationship between Brand Experience and Brand Loyalty (Survey of Garnier Skincare Product Users in Sukabumi City) Analisis

Kepercayaan Merek dalam Memediasi Hubungan Antara Brand Experience dan Brand Loyalty (Sur. Management Studies and Entrepreneurship Journal, 3(3), 1423–1434. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>.

Hendra, R. (2020). Strategi personal branding perupa melalui media sosial. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 6(2), 67-76.

<https://bithourproduction.com/blog/event-adalah/>

<https://idseducation.com/rahasia-desain-emosional/>

<https://www.exabytes.co.id/-content-marketing/>

Iffan, M., Santy, R. D., & Radaswara, R. (2018). Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2), 127-140.

Ikhsan, F., Muizunzila, F. A., & Marsuki, N. R. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Hubungan Sosial di Era Digital. *Jurnal Motivasi Pendidikan Dan Bahasa*, 2(1), 30-34

Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian melalui motivasi konsumen pada produk fast fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25-34.

Iswati, H., & Maharani, N. (2019). Perbedaan Display Toko Offline dan Toko Online Untuk Produk Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(2), 100-112.

Jashari, F., & Rustemi, V. (2017). The impact of social media on consumer behavior. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, 7(1), 1–14

Jiang, X., Kim, A., Kim, K., Yang, Q., García-Fernández, J., & Zhang, J. J. (2021). Motivational antecedents, value co-creation process, and behavioral consequences in participatory sport tourism. *Sustainability*, 13(17), 9916.

Karomah, N. G., Pramulanto, H., & Nugraha, P. S. (2023). PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU DAN PROSES PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA PT. TUT CIKARANG. *Jurnal Manajemen Diversitas*, 3(2), 72-84

Kataria, Sonia, and Vinod Saini. 2020. “The Mediating Impact of Customer Satisfaction in Relation of Brand Equity and Brand Loyalty: An Empirical Synthesis and Re-Examination.” *South Asian Journal of Business Studies* 9 (1): 62–87. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0046>.

- Khan, I., Fatma, M., Kumar, V., & Amoroso, S. (2021). Do experience and engagement matter to millennial consumers? *Marketing Intelligence and Planning*, 39(2), 329–341. <https://doi.org/10.1108/MIP-01-2020-0033>
- Koca, E., & Koc, F. (2016). A study of clothing purchasing behavior by gender with respect to fashion and brand awareness. *European Scientific Journal*, 12(7).
- Liu, C. H., Lin, W. P., Lu, Y. H., & Huang, Y. J. (2023). Developing customer-based brand equity from both employee and customer perspectives. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 32(3), 285-316.
- Luckyardi, S., & Apriliani, D. A. (2022). Pemasaran Kuliner Indonesia Berbasis Digital Marketing sebagai Sarana Gastro Diplomasi. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 282-291.
- Mahardika, M., & Setyawan, A. A. (2024). Pengaruh Brand Experience, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Love sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Produk Sepatu Aerostreet). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 3587–3599.
- Margaretha, Y. (2021). Pengaruh Fashion Clothing Involvement Terhadap Recreational Shopper Identity Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 3(2).
- Murtiningsih, D. (2017). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Equity, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Jakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Nardo, R., Yuliana, L., Ratnasari, K., Nugraha, J., Lasminingrat, A., Kusuma, H. W., ... & Wardhana, A. (2024). Branding Strategy di Era Digital.
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Novia, M., & Loisa, R. (2024). Pengaruh social media marketing, brand equity, dan brand experience terhadap brand loyalty pada Indomie. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(4), 769-778.
- Nurmalasari, L. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE (Studi Kasus Pada UMKM Bidang Kuliner). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 288–300. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i3.40>.
- Oktriyanto, B., Listya Budiarto, G., Oktavianus Siahaan, S., & Sanny, L. (2021). Effects of Social Media Marketing Activities Toward Purchase Intention Healthy Food in Indonesia. *Turkish Journal of Computer and*

- Mathematics Education, 12(10), 6815–6822.
<https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i10.5548>.
- Journal, I., Humanities, O., Salim, G., Arafah, W., Kristaung, R., & Author, C. (2024). The Influence Of Social Media Attachment And Brand Identification On Brand Loyalty By Mediation Of Brand Love And Moderation Of Self-Esteem Study On The Indonesian Manufacturing Industry 1). 3(5), 2425–2431.
- Permana, D. (2018). Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pencuci Mulut (mouthwash). *Jurnal Manajemen*, 22(2), 235. <https://doi.org/10.24912/jm.v22i2.361>.
- Pina, R., & Dias, Á. (2021). The influence of brand experiences on consumer-based brand equity. *Journal of brand Management*, 28(2), 99-115.
- Pratama, Y. A., & Tunjungsari, H. K. (2022). Pengaruh Pengalaman Merek Pada Loyalitas Merek Produk Merchandise Klub Sepak Bola Bali United Dengan Mediasi Kepuasan Dan Ketidakpastian. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 224. <https://doi.org/10.24912/jmie.v6i1.18436>.
- Pratamartatama, W. A., Fredline, R. A., & Djunaidi, M. L. P. (2024). Pengaruh Budaya Asing Terhadap Trend Fashion Mahasiswa Maranatha. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(2), 1178-1189.
- PT. Sarana Kreator Teknologi. (2024). Tren Pengguna Media sosial dan Digital Marketing Indonesia [Edisi 2024]. *Slice.Id*. <https://www.blog.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>
- 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.
- 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.
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(Special Issue 3), 1651-1667

- Renata, M. (2020). Pengaruh ketersediaan produk dan harga terhadap pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dalam study kasus air minum dalam kemasan (AMDK) Cleo di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11
- Reza, A., & Purwanti, A. (2021). Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Citra Perusahaan Indomaret Di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).
- Rusmiati, P. I., & Zulfikar, R. (2018). Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan café dekatsu Di Cihampelas Cililin.
- Rozando, D. (2020). Rancang Bangun Sistem E-commerce Clothing Store dan Modul Custom Design Lab Terintegrasi. *SMATIKA JURNAL: STIKI Informatika Jurnal*, 10(01), 1-9.
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh motif penggunaan media baru TikTok terhadap personal branding generasi milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207-214.
- Salamah, N. H., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce Hijup. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2, 249-269.
- Santy, Raeni Dwi. 2020. "Purchasing Decisions in Terms of Perceived Quality and Product Knowledge". *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities – Economics, Business and Management Track*, 112:94–99
- Saut Maruhal Togatorop, Y. T., Vandayuli Riorini, S., & Novan Rafael, J. (2023). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Quality dan Brand Trust pada Produk Erigo Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(2), 330–336. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i2.171>
- Setiawan, N., & Rachmawati, I. (2017). Pengaruh Customer Based Brand Equity Terhadap Customer Satisfaction Pada Operator Seluler Di Indonesia. *eProceedings of Management*, 4(1).
- Shilvina Widi. (2023). Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>.

- Srikandi, M. B., Suparna, P., & Haes, P. E. (2023). Audiens Sebagai Gatekeeper Pada Media Sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 179-192.
- Swasty, W., Mustikawan, A., & Naufalina, F. E. (2020). Visual perception of primary display panel of coffee packaging. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 73-79.
- Syach, N. F., & Prawoto, P. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Lawless Burgerbar Cibubur. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(4), 190-198.
- Talwar, M., Corazza, L., Bodhi, R., & Malibari, A. (2023). Why do consumers resist digital innovations? An innovation resistance theory perspective. *International Journal of Emerging Markets*.
- Tong, T. K. P. B., & Subagio, H. (2020). Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 10.
- Ulandari, T., Khumairoh, S. F., & Setiawan, B. (2024). Pengaruh Globalisasi Trend Fashion terhadap Ciri Khas Mahasiswa FTIK di UIN Satu Tulungagung. *Maximal Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan*, 1(5), 233-239.
- Umi Narimawati., Sri Dewi Anggadini., Linna Ismawati. (2011), *Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Pertama, Genesis*. Pondok Gede, Bekasi
- Usadi, M. P. P., Prayoga, I. M. S., & JS, I. P. W. D. (2024). PENGARUH KONTEN PEMASARAN VIDEO PENDEK TERHADAP PERSEPSI NILAI DAN PARTISIPASI PENGGUNA (Studi Pada Pengguna Media Sosial). *EMAS*, 5(6), 110-119.
- Uyuun, S. N. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB UNESA. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164-174.
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146-163.
- Wulandari, R. H. (2023). PENGARUH DESAIN KEMASAN DAN DESAIN PRODUK SERTA KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PERILAKU

KONSUMEN DALAM MENENTUKAN NIAT PEMBELIAN ULANG
PADA CV. OMOCHATOYS.

- Yuliana, D., & Putri, O. A. W. (2021). Pengaruh penggunaan digital storytelling terhadap hasil belajar siswa mata pelajaran dasar desain grafis. *Jurnal Informatika Dan Teknologi Pendidikan*, 1(1), 36-46.
- Yulistria, R., Rosento, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. *Swabumi*, 11(1), 13-22.
- Zhang, S., Peng, M. Y. P., Peng, Y., Zhang, Y., Ren, G., & Chen, C. C. (2020). Expressive brand relationship, brand love, and brand loyalty for tablet pcs: Building a sustainable brand. *Frontiers in psychology*, 11, 231.