



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. www.cengage.com/highere
- Hardani, Nur Hikmatul Auliyah, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, D. J. S. & R. R. I. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif*. In *Repository.Uinsu.Ac.Id* (Issue April).
- Kanneth, C., & Donald Baack. (2022). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications: Global Edition*. In *Kenneth Clow, DONald Bacck*.
- Kerin, R. A., & Hartley, S. W. (2017). *Marketing* (13th ed.). In *Pearson*. <http://lcn.loc.gov/2015046552>
- Kotler Philip., & Armstrong, Gary. (2018). *Principles of Marketing* (7th ed.). In *Pearson*.
- Mahto, A. (2018). *The Skincare Bible: Your No-Nonsense Guide to G* (1st ed.). Penguin Random House UK.
- Nankani, A., Palazzo, M., Jalali, M., Foroudi, P., Amiri, N. S., & Salami, G. H. (2020). *Integrated Marketing Communication in B2B2C Area*. In *Beyond Multi-channel Marketing: Critical Issues in Dual Marketing* (Issue 2015, pp. 79–120). <https://doi.org/10.1108/978-1-83867-685-820201009>
- Priansa, D. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kompetitor* (2nd ed.). CV. Alfabeta
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, & AHP. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Vol. Buku II* (6th ed.). Salemba 4.
- Schindler, P. S. (2019). *Business Research Methods*. In *News.Ge*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Walden, S. (2017). *Customer Experience Management Rebooted*. In *Customer Experience Management Rebooted*. <https://doi.org/10.1057/978-1-349-94905-2>

© Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Amoako, G. K., Doe, J. K., & Neequaye, E. K. (2021). *Online Innovation And Repurchase Intentions In Hotels: The Mediating Effect Of Customer Experience*. *International Hospitality Review*. <https://doi.org/10.1108/ihr-02-2021-0008>

Ardisa, F. V., Sutanto, J. E., & Sondak, M. R. (2022). *The Influence Of Digital Marketing, Promotion, And Service Quality On Customer Repurchase Intention At Hub22 Lounge & Bistro Surabaya*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 725. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i2.5361>

Febriyanto, N. A., & Widiartanto, W. (2022). *Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan Burgerking Paragon Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1226–1237. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31865>

Gunawan, J. N., Ratih, D., Program, I., Bisnis, M., & Manajemen, S. (2022). *Pengaruh Online Innovation Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Sayurbox Di Wilayah Jawa Timur Melalui Mediasi Customer Experience Dan Customer Trust (Vol. 10, Issue 2)*.

Halim, E. M., & Candraningrum, D. A. (2021). *The Influence of User-Generated Content Towards Somethinc Skincare Purchase Intention*. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570(Icebsh), 831–836. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.131>

Hamdan, H., & Rizka, N. (2021). *The Influence of Trust, Service Quality, Product Quality and Promotion in Shaping Repurchase Intention in Xl Axiata Providers*. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 1(2), 71–87. <https://dinastires.org/JLPH/article/view/65%0Ahttps://dinastires.org/JLPH/article/download/65/62>

Ilyas, G. B., Rahmi, S., Tamsah, H., Munir, A. R., & Putra, A. H. P. K. (2020). *Reflective Model Of Brand Awareness On Repurchase Intention And Customer Satisfaction*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 427–438. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.427>

Iskandar, M. P. A., & Argo, J. G. (2022). *Factors Influencing Purchase Decisions on Somethinc Products*. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 24(1), 131–144. <https://doi.org/10.34208/jba.v24i1.1151>

Latif, L. L., & Hasbi, I. (2021). *Pengaruh Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision*. *EProceedings of Management*, 8(1), 209–241. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14359/14143>

Made, N., Febriani, A., Ketut, I. G. A., & Ardani, S. (2021). *The Influence of Customer Experience, Ease of Use, and Trust on Repurchase Intention (Case Study of Tokopedia Consumers in Denpasar)*. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5, 1–6. www.ajhssr.com

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Murwanti, S., & Surakarta, U. M. (2017). *Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor Mediasi (Studi Pada Bengkel Motor Ahass Cabang Ums)*. *Manajemen Dan Bisnis*, 9(2007), 207–227.

Nurul Salam, H., Tresnati, R., Oktini, D. R., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F(n.d.). *Prosiding Manajemen Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention (Survey pada Pelanggan Ozt Cafe And Steakhouse Bandung)*.

Pei, X. L., Guo, J. N., Wu, T. J., Zhou, W. X., & Yeh, S. P. (2020). *Does The Effect Of Customer Experience On Customer Satisfaction Create A Sustainable Competitive Advantage? A Comparative Study Of Different Shopping Situations*. *Sustainability (Switzerland)*, 12(18), 1–19. <https://doi.org/10.3390/SU12187436>

Senggetang, V., Mandey, S. L., Moniharapon, S., & Lokasi..., P. (2019). *Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing*. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.

Sukmawati, D. A. R., 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), 579–599. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>

Sunaryo, S., Syafii, I., & Prameswari, M. D. (2022). *Pengaruh Customer Experience Dan Relationship Quality Pada Repurchase Intention Produk Skincare Garnier Melalui Service Quality*. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v3i1.103>

Thomas, A. (2017). *Multivariate Hybrid Pathways For Creating Exceptional Customer Experiences*. *Business Process Management Journal*, 23(4), 822–829. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-02-2017-0027>

Website

Alibabane.com,(2021,12 Maret). "10 Tren Industri Kecantikan Global 2021", diakses 29 Oktober 2022, <https://id.alibabane.com/10-tren-industri-kecantikan-global-2021/>

Beritasatu.com, (2021, 3 Februari). "Empat Masalah Kulit yang Sering Dialami Perempuan Indonesia", diakses 29 Oktober 2022, <https://www.beritasatu.com/news/727965/empat%20masalah-kulit-yang-sering-dialami-perempuan-indonesia>

Compas.co.id, (2022, 1 November). "10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace", diakses 10 November, <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Femaledaily.com, (2012). "The Winners", diakses 9 Januari, <https://awards.femaledaily.com/winners>

Jakpat.net, (2021). "2021 Beauty Trends - JAKPAT Survey Report", diakses 30 Oktober, <https://blog.jakpat.net/2021-beauty-trends-jakpat-survey-report/>

Kumparan.com, (2022, 15 Maret). "Bincang Karier dengan Irene Ursula, Sosok di Balik Brand Kecantikan Somethinc", diakses 9 Januari, <https://kumparan.com/kumparanwoman/bincang-karier-dengan-irene-ursula-sosok-di-balik-brand-kecantikan-somethinc-1xgWY9kmA6Z/full>

Somethinc.com, (2019). "Be You, Be Somethinc", diakses 24 Desember, <https://somethinc.com/id>

Urbanasia.com, (2021, 29 Desember). "Produk Skincare Mahal Sudah Pasti Ampuh? Ini Penjelasan", diakses 30 Oktober 2022, <https://www.urbanasia.com/produk-skincare-mahal-sudah-pasti-ampuh-ini-penjelasan-U51293>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.