

DAFTAR PUSTAKA

- Amiri, S., & Woodside, J. M. (2017). Emerging markets: the impact of ICT on the economy and society. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 19 (5), 383–396.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Asmoro, D. S., & Hussein, A. S. (2021). Pengaruh Brand Engagement, Service Fairness, Dan Customer Satisfaction Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Telkomsel). *Jurnal Universitas Brawijaya*, 1-17.
- Burhan, F. A. (2021, November 10). *Ekspansi ke Vietnam, Pendapatan Startup Sociolla Naik 2 Kali Lipat*. Retrieved from <https://katadata.co.id:https://katadata.co.id/digital/startup/618b971b41831/ekspansi-ke-vietnam-pendapatan-startup-sociolla-naik-2-kali-lipat>
- Chan, S. (2003). *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Daryanto, & Setyobudi. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Farizka, A. (2011). Pengaruh Relationship Marketing dan Creating Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Mobil Honda Di Kota Malang. *Pascasarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th edition)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Helen. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (Erha Clinic) Terhadap Loyalitas Pelanggan Erha Clinic (Survey Pada Member Erha Clinic). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Herawati, M. C., & Suyatno, D. F. (2023). Evaluasi User Experience Pada Aplikasi SOCO by Sociolla Menggunakan Google's HEART Metrics dan Set GSM :JEISBI (Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence). *JEISBI: Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence Volume 04Number 04*, 79-85.
- Hindarto, P. D. (2013). Hubungan Relationship Marketing Dengan Loyalitas Pelanggan Ritel. *Jurnal JIBEKA Volume 7, No 3*, 41 -46.
- Ik, L. D. (2011). Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty nexus. *Journal of Marketing Management*, 27(7-8), 785-807.



- Hurriyati, R. (2005). *Baruan Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indartini, M., & Herawati, N. R. (2023). Analisis Pengaruh Website Design Quality, E-Service Quality Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Sociolla. *Jamer : Jurnal Ilmu – Ilmu Akuntansi Merdeka Volume 4 Nomor 1*, 11-21.
- Kalakota, R., & Robinson, M. (2001). *E – Business 2.0 Roadmap For Success*. USA: Addison – Wesley.
- Kartajaya, H. (2014). *WOW Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity Fourt Edition*. London: Prentice-Hall International.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen: Studi terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek. (Edisi Pertama)*. Banten: Bintang Sembilan Visitama.
- Kurniawati, D. (2014). Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath.
- Malhotra, N. (2009). *Riset Pemasaran, Edisi keempat, Jilid 1*. PT Indeks.
- Ndubisi, N. (2003). Service Quality: Understanding Customer Perception and Reaction, and its impact on Business. *International Journal of Business*, vol. 5, no.2, 207-219.
- Ogba, I.-E., & Tan, Z. (2009). Exploring the Impact of Brand Image on Customer Loyalty and Commitment in China. *Journal of Technology Management in China Vol. 4 No. 2*, 132-144.
- Putri, N., Jusni, & Munir, A. R. (2018). Pengaruh Relationship Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Astinet Manajemen Bisnis Pt Telkom Witel Makassar). *HJABE Vol. 1 No. 2*, 61-72.



- Rahman, H., R., H., & Lisnawati. (2022)). Pengaruh customer relationship management dan omnichannel service quality terhadap customer engagement. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* 22 (2), 81-95.
- Rahmawanty, D., & Sari, D. I. (2019). *Buku Ajar Teknologi Kosmetik*. Malang: Cv Irdh.
- Rahmawati, E. (2015). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Serta Dampaknya Pada Loyalitas Merek. *Journal Of Research In Economics And Management Volume 15, No. 2*, 246-261.
- Rakhman, A., Wirianto, H., Bunfa, L., & Rifiyanti, H. (2022). Faktor -Faktor E-Commerce Yang Memengaruhi Tingkat Konsumerisme Di Jakarta. *Hospitality Vol.11 No.1*, 245-258.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Romero, Miquel, M. J., Caplliure-Giner, E. M., & Adame-Sánchez, C. (2014). Relationship Marketing Management: Its Importance in Private Label Extension. *Journal of Business Research Vol 67*, 667–672.
- Salim, A., Fadilla, F., & Purnamasari, A. (2021). Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 7(1), 17-28.
- Santoso, A. L., Japarianto, E., Tandijaya, T. N., & Andreani, F. (2023). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Dari Ikea Ciputra World. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 17, No. 2*, 81-89.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputri, K., & Udjiyanto, D. W. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Ketimpangan Pendapatan, Investasi Domestik, Pendidikan, Swamedikasi, dan Pengangguran Terbuka terhadap Kedalaman Kemiskinan di Indonesia. *Ekopem: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(1), 29–38.
- Schau, H. J., Jr, M., Mechaliester, A., & Arnould, E. J. (2009). How brand community practices create value. *Journal of Marketing*, 73 (5), 30-51.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Virai Management Volume 8 Issue 1*, 206-211.



- Shneiderman, B., Plaisant, C., Cohen, M., Jacobs, S., & Elmqvist, N. (2016). *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction Sixth Edition*. London: Pearson.
- Siahaan, S. (2008). *Issues in Linguistics*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Silaban, B. E., & Rosdiana, D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Online Shop Sociolla. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 23 No. 3*, 223-247.
- So, K. K., King, C., & Sparks, B. A. (2012). Customer Engagement With Tourism Brands: Scale Development and Validation. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.
- Sohana, N. (2021). Pengaruh Relationship Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Hotel Winstar Pekanbaru. *JOM FISIP Vol. 8*, 1-10.
- Sprott, D., Czellar, S., & Spangenberg, E. (2009). The importance of a general measure of brand engagement on market behavior: Development and validation of a scale. *Journal of Marketing Research*, 46(1), 92-104.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offse.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity, Vol. 3 No. 1*, 7-12.
- Tauhid, I. M., Risevanty, F. A., Anggraeni, A., Handojo, V., & Manting, E. M. (2024). Implementasi Nilai Etika Komunikasi dalam Program Customer Relationship Management (CRM) Sociolla. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume 4 Nomor 4*, 1810-1827.
- Thorfiani, D., Suarsa, S. H., & Oscar, B. (2021). Teknologi E-commerce dan Pengalaman Konsumen. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, 7 (2), 139-148.
- Tjiptono, F. (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.
- F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.



- Wardhono, A., Nasir, M. A., Qori'ah, C. G., & Sari, K. I. (2022). Financial Literacy and Inclusion on Consumption in Indonesian Rural Communities. *Economics Development Analysis Journal Vol (3)*, 370-380.
- Widyana, S. F., & Firmansyah, H. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu Converse. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Volume 11, Nomor 1*, 1-11.
- Wijowarastro, H., & Murti, D. C. (n.d.). Pengaruh Elemen Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Adidas Originals (Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Pengaruh Elemen Komunitas Merek 3 Foil Indonesia terhadap Loyalitas Merek Sepatu Adidas Originals). *Jurnal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 1-15.
- Wulan. (2021, Desember 20). *Sociolla Bagi Resep Bisnis Kecantikan Tetap Melejit Selama Pandemi, Harus Dengarkan Konsumen*. Retrieved from <https://cerdasbelanja.grid.id:https://cerdasbelanja.grid.id/read/523052497/sociolla-bagi-resep-bisnis-kecantikan-tetap-melejit-selama-pandemi-harus-dengarkan-konsumen?page=all>
- Yesika, T., & Cokki. (2024). Pengaruh Pengalaman Merek Indrawi Terhadap Retensi Pelanggan Pada Sociolla Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan Vol. 06, No. 01*, 185–192.

