



DAFTAR PUSTAKA

- Listyorini, S. A., & Nugraha, S. H. (2022). “Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Semarang Pengguna LinkAja).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11 (2): 244–56. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34564>.
- Suri, A. (2017). “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam* 6 (1): 660–69.
- Apriliani, R.Aj.EP. 2019. “Pengaruh Brand Trust, Brand Equity, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal PPKM* 6 (2): 112–21.
- Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). “Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten.” *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen* 3 (2): 16–33. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v3i2.45>.
- Damayanti, C., & Wahyono. (2015). “Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.” *Management Analysis Journal* 4 (3): 236–51.
- Veronika, E., Burhanudin, AY2 & Aryati, I. (2018). “Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Martabak Brengos(D'Mrongos) Solo.” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 7 (2): 148. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.487>.
- Yovanda, E., Rahman, A., & Anggriani, I. (2022). “The Influence of Customer Experience and Trust on Customer Loyalty PT. Lion Parcel Bengkulu City.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan* 3 (4): 1443–54. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i4.1008>.
- Fega. (2019). “Analisis Word Of Mouth (WOM) Dan Eefektivitas Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada CFC Cabang Binai Supermall.”
- Firanazulah, Saravi, V. D. R., Saputri, A. N. J., & Sudrajat, A. (2021). “Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 18 (1): 1–9.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*, Edisi Revisi, Jakarta, Erlangga Kotler.
- Hapsari, & Enggi, I. (2019). “Pengaruh Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen GO-JEK Di Yogyakarta,” 57–93.

- Hatta, I. H., & Setiarini. (2018). “Pengaruh Word Of Mouth Dan Switching Cost Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 19 (1): 32–40. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1728>.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta : PT. Indeks.
- Lemke. 2011. “Final Word Copy Provided to Journal for Typesetting Customer Experience Quality: An Exploration in Business and Consumer Contexts Using Repertory Grid Technique.” *Published in Journal of the Academy of Marketing Science* 39: 846–69.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Supertini, N.P.S., Telagawathi, N.L.W.S., & Yulianthini, N.N. (2020). “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja.” *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2 (1): 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>.
- Dewi, N.L., & Hariawan, F. (2022). “Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Handphone Di Toko KSC Cellular Mojokerto.” *Journal of Sustainability Business Research* 3 (1): 236–41.
- Halim, P., Swasto, B., Hamid, D., & Riza Firdaus, M. (2014.) “The Influence of Product Quality , Brand Image , and Quality of Service to Customer Trust and Implication on Customer Loyalty.” *European Journal of Business and Management* 6 (29): 159–66.
- Syaidah, R.F., & Ramadhika, A. (2023). “Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Rabbani Mall Online Bandung.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 4 (2): 400–414.
- Saryadi, & Naully, C. (2021). “Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada J.Co Donuts & Coffee Java Supermall Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10 (2): 974–83. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.28800>.
- Schmitt, B.H. (1999). *Experiential Marketing : How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. New York : The Free Press.
- Maharani, S.D., Istiatin, & Istiqomah. (2022). “Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Customer Experience, Customer Value, Dan Brand Image.” *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 19 (3): 598.
- Syahfitri, Naliyah, M., & Kusnanto, D. (2021). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi,*



Keuangan & Bisnis Syariah 4 (2): 216–37.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.567>.

Tamadesha, A. (2018). “Pengaruh Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Starbucks Bandung.” *Journal of Accounting and Business Studies* 3 (1): 18. www.topbrand-award.com.

Ristanti, V., Shihab, M.S., & Rekarti, E. (2011). “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan,” 1–12.

Murhadi, W.R., & Resk, E.C. (2022). “Pengaruh E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan, Word of Mouth, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 16 (2): 229–40.
<https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i2.471>.

