

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, H. F., & Indudewi, F. Y. R. (2022). Pengaruh *customer experience* dimoderasi dengan *brand image* pada repurchase intention di instrumen aplikasi Bibit. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 7(6), 680–690.
- Afiftama, I., & Nasir, M. (2024). The effect of *brand image*, brand trust and *customer experience* on brand loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)*, 12(1), 191–202.
- Angeline, J., Kristanti, M. M., & Arini. (2024). Analisis pengaruh *brand image*, brand experience, *customer satisfaction* terhadap customer loyalty Watson Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Call for Papers (SENIMA 9)*, 199–218.
- Ardelia, N. P. D., & Rahyuda, I. K. (2022). Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(10).
- Aris, A., Rejeki, B., et al. "Manajemen Pemasaran." (2023)
- Bandawaty, E., Huriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2020). Pengaruh *brand image* dan e-service quality terhadap *customer satisfaction* bentuk inovasi pemasaran Bukalapak. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 81–86.
- Ernawati, N., & Prihandono, D. (2017). Pengaruh *customer experience* dan *brand image* pada kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas. *Management Analysis Journal*, 6(1), 84–93.
- Fandy Tjiptono. (2019). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian.
- Febrian, D., Simanjuntak, M., & Hasanah, N. (2021). The Effect of Benefits Offered and *Customer experience* on Re-use Intention of Mobile Banking through *Customer satisfaction* and Trust. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 25(3), 551569
- Gunawan, D. C., & Wellyantony, A. J. (2021). Pengaruh *brand image* dan brand experience terhadap *customer satisfaction* dan customer loyalty pada game e-sports Mobile Legends Bang Bang di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 10(2), 69–74.

- Juli Ismanto, 2020.. Manajemen Pemasaran. Tangerang: Unpam Press
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran. Terjemahan: Bob Lathifah, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas pelanggan Kopi Kenangan dari segi pengalaman pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Studi pada konsumen di Bandung). *EKOBIS*, 24(1), 55–71.
- Mantala, R., & Firdaus, M. R. (2016). Pengaruh *customer experience* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna smartphone android (studi pada mahasiswa politeknik negeri banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(2), 153–164.
- Nurochani, N., Jusuf, E., Juju, U., Priadana, S., & Affandi, A. (2023). The influence of e-banking service quality, marketing communication and corporate image on *customer satisfaction* and its impact on customer loyalty. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik (JMIL)*, 7(2), 219–234.
- Pradipta, Y. G. Y. (2020). Dampak *brand image* dan *customer experience* terhadap *customer satisfaction* (Studi pada penonton bioskop XXI di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1050–1057. Universitas Negeri Surabaya
- Putri, I., Rahayu, J., & Murtaliningtyas, W. (2024). Analysis of the effect of service quality, *brand image*, and price on *customer satisfaction*. *Comparative: Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 174–187.
- Rachman, A., Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2024). Analysis of the influence of *brand image*, price and service quality on customer loyalty through *customer satisfaction* as an intervening variable. *Jurnal Comparative: Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 209–223.
- Rosydah, S. H., & Murtiyanto, R. K. (2024). Pengaruh *brand image* dan *customer experience* terhadap kepuasan konsumen pada Batik Tiepoek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 80–85. Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Soba Evana, S., & Arqy Ahmadi, M. (2024). Peranan *brand image* dan *customer experience* terhadap keputusan pembelian ulang pada produk skincare Skintific. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1b), 1154–1164.

- Sri Sarjana., Widiana, I. N. W., Sisilia, K., Sidjabat, S., Utami, A. R., Raharto, E., & Fauzan, R. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.
- Suryana, P., Fauziah, R., & Purnami, B. Y. (2023). Pengaruh *brand image* dan harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian konsumen sebagai variabel intervening (Survei pada pelanggan Sariayu di Indramayu). *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 7(1), 121–134.
- Tanadi, H., & Kutoyo, M. S. (2022). *Manajemen pemasaran*.
- Triaji, Y., Wijayanto, G., & Wasnuruy, R. (2023). Pengaruh *brand image* dan brand experience terhadap *customer satisfaction* dan brand loyalty. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 2(4), 921–931.
- Violeta, L. G., & Farida, S. N. (2023). Pengaruh *brand image* dan *customer experience* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening terhadap customer loyalty pada McDonald's Rungkut di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 673–685.
- Wardani, E. K., Febrilia, I., & Rahmi. (2023). Pengaruh *brand image* dan trust terhadap customer loyalty pelanggan kopi di Jakarta dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 4(1), 36–46.
- Wardhana, A., Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). *Manajemen pemasaran (Dasar & Konsep)* (Edisi 1). CV Media Sains Indonesia. Bandung, Jawa Barat. ISBN 978-623-6290-77-4
- Yoesoep, E. R., Sudiarti, S., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Yogyakarta: Penerbit ANDI.