

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyasha, D. L. (2023). Inovasi Layanan Sistem Informasi Penelitian Hukum Dan Hak Asasi Manusia (Sipkumham). *Swatantra*, 21(1), 27. <https://doi.org/10.24853/swatantra.21.1.27-33>
- Afifi, G. R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Narapidana Lembaga Pemasarakatan Kelas 1 Cirebon (Pas Mart). *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 8(1), 9–17. <https://doi.org/10.24127/pro.v8i1.2859>
- Agung, V., Waloejo, H. D., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN INOVASI LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN ( PERSERO ) KOTA SEMARANG Pendahuluan Rumusan Masalah*. 11(1), 694–700.
- Ahmadi, M. (2022). *Influence of Customer Relationship Management Program on Purchase Interest at Starbucks in Application Use*. 7(9).
- Ajeng, N., Wiguna, S., Ramdan, A. M., & Sukabumi, U. M. (2022). Analisis Inovasi Layanan Drive Thru Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Konsumen Makanan Cepat Saji Di Masa Pandemi Covid-19. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1505–1509. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Alhogbi, et, al. (2018) *Gender and Development*, 120(1), 0–22. [http://www.uib.no/sites/w3.uib.no/files/attachments/1.\\_ahmed-affective\\_economies\\_0.pdf%](http://www.uib.no/sites/w3.uib.no/files/attachments/1._ahmed-affective_economies_0.pdf%)
- 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>
- Ariyanto, H. H., & Yuliana, Y. (2021). Studi Ekplorasi Peranan Kualitas Layanan, Pengalaman, dan Kapuasan terhadap Electronic Word-of-Mouth (e-WOM) pada Industri Perhotelan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 183. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i2.9468>

- Audrey, A., & Selamat, F. (2023). Pengaruh Pemasaran berdasarkan pengalaman Terhadap Loyalitas Merek Boba Tea Taiwan: Mediasi Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Di Jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 202–214. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i1.23252>
- Bagasworo, W. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management dan Customer Experience Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction (Studi pada Konsumen di Tanamera Cafe Jakarta). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 3(2), 89. <https://doi.org/10.35384/jemp.v3i2.205>
- Batu, R. L., Suryani, N. I., Septia, N., & Sekaryahya, P. F. (2020). Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi Express: Survei pada Pengunduh Aplikasi Express Taxis. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 1–22. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.6>
- Bustomi, M., Yanti, R., & Resmawa, I. N. (2023). Pemasaran berdasarkan Pengalaman, Citra Merek dan Loyalitas Merek pada Kopi Kenangan di Surabaya. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3), 1336–1348.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Dewa Made Joni Prasetya. (2023). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Inovasi Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Pertanian. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 307–317. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.136>
- Dewi Maria, A., & Fitri, L. (2023). Analisis Dampak Promosi dan Inovasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1), 13–20.
- Dewi, N. P. N. A., Hartati, P. S., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Service Quality dan CRM (Customer Relationship Marketing) terhadap Kepuasan Nasabah pada LPD Desa Pakraman Peraupan, Denpasar Utara. *Widya Amrita*, 1(1), 77–85. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1148>

- Fadly, M., & Wantoro, A. (2020). Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) dengan Kombinasi Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan. *Ekonomi Bisnis*, 25(2), 149–158. <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.434>
- Faizal, R. (2022). Efek Lokasi, Promosi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Nobel Manajemen Review*, e-ISSN: 2723- 4983 227-235, <https://e-journal.nobel.ac.id/index.php/NMaR>.
- Fajar Fahrudin, M., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(1), 149. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.478>
- Fajrus, S. (2019). Kualitas Layanan dan Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Galih Production. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 4(1), 115-126.
- Fauzi, F., & Levana, A. (2020). Pengaruh Pemasaran Berbasis Pengalaman, Efikasi Diri, dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Kembali Layanan Bus Premium. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 42–59. <https://doi.org/10.30596/jimb.v21i1.4027>
- Ghazali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi menggunakan *Smart pls* Untuk Penelitian Empiris. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart pls 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. 2022. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Third Edition. Third Edit ed. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Los Angeles: SAGE Publications, Inc.

- Hanaysha, J. R., Al-shaikh, M. E., Joghee, S., & Alzoubi, H. M. (2019). *Impact of Innovation Capabilities on Business Sustainability in Small and Medium Enterprises*. <https://doi.org/10.1177/23197145211042232>
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18 (1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Hartono, K. B., & Salim, L. (2020). Pengalaman Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23 (2), 20. <https://doi.org/10.31941/jebi.v23i2.1215>
- Illah Mastotok, & Nugraha Septian Adi. (2020). Pengaruh Promosi, Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Pemakaian Jasa Fotografi (Studi Kasus Pada Bamita Java Studio Wagir Kabupaten Malang). *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 120–133.
- Inayah, I., & Haryanti, I. (2022). Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pada Dealer Tdm Kota Bima. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 197. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i1.13694>
- Insan, M. I., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Manajemen Hubungan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Flip.Id. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 743–749. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2048>
- Juni A, & Yayuk Y. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pembelian Kecap Bango. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(2), 105-114. <http://u.lipi.go.id/1487664422>
- Kartika, C., Hidayat, F., & Krinala, E. (2019). Pengaruh Relationship Marketing, Komunikasi Pemasaran Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Perilaku Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Vasa Hotel Surabaya. *Jmm17*, 6(02), 1–14. <https://doi.org/10.30996/jmm17.v6i02.2992>
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. 2021. Ringkasan Eksekutif Indeks Persaingan Usaha 2021. Retrived April 05, 2022, from

<https://kppu.go.id/wp-content/uploads/2022/02/Ringkasan-Eksekutif-Indeks-Persaingan-Usaha-2021>.

- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2019. *Principle of Marketing*, 14<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2018. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd Edition*. In *Pearson education ltd: Vol. 3rd Editio* (Issue Marketing Management). [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Malian, M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Online. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 57–70. <https://doi.org/10.46918/point.v3i2.1145>
- Maulina, L. (2023). Revitalisasi Industri Perhotelan Dengan Inovasi Teknologi : Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dan Pengalaman Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 504–519. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2962>
- Muhani, M., & Nurani, T. A. (2022). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Starbucks: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Promosi dan Kepercayaan Pelanggan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 18(1), 84. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v18i1.1577>
- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 57–63.
- Nainggolan, B., & Mayastika, E. (2022). *Mediating Role of Customer Trust in the Relationship between Promotion on Customer Satisfaction*. 1(August), 79–85.

- Novi Aisha. (2023). Pengaruh Keragaman Produk dan Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Cepat Saji Burger King di Medan. *Surplus: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 246-257. e-ISSN: 2964-7665
- Nurmin Arianto. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Roda Hias Serpong. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1), 272–282.  
<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/3512>
- Nwachukwu, C. (2022). *Service Innovation , Marketing Innovation and Customer Satisfaction : Moderating Role of Competitive Intensity*.  
<https://doi.org/10.1177/21582440221082146>
- Osman, I. E. (2023). YUME: Journal of Management Pengaruh CRM (Customer Relationship Management). *YUME: Journal of Management*, 6(1), 615–620. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/3705/0>
- Otomotif, D. I. I., Pengawas, K., & Usaha, P. (2021). *Ringkasan eksekutif kajian kemitraan di industri otomotif*.
- Pio, L., Cavaliere, L., Khan, R., Sundram, S., & Jainani, K. (n.d.). *The Impact Of Customer Relationship Management On Customer Satisfaction And Retention : The Mediation Of Service Quality*. 32(3), 22107–22121.
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193–212. <https://doi.org/10.18196/mb.9262>
- Pratiwi, L. A. (2021). *Volume 13 Issue 4 (2021) Pages 684-691 JURNAL MANAJEMEN ISSN: 0285-6911 (Print) 2528-1518 (Online) Pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening the effect of experiential marketi*. 13(4), 684–691. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v13i4.10282>
- Purba, V. H., & Siswono, S. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Pada Vizta Gym Medan. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(9), 15623–15642. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i9.13669>

- Putra, J. A., & Febriyanto, F. (2022). Pengaruh Inovasi, Promosi Dan Diversifikasi Produk Terhadap Peningkatan Nasabah Bank BRI Unit Candipuro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(1), 225–230. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i1.1075>
- Quintania, M., & Sasmitha, S. (2020). Pengaruh Desain dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Lipstik Wardah Kosmetik Jabodetabek). *Media Ekonomi*, 20(1), 26. <https://doi.org/10.30595/medek.v20i1.9491>
- Ridarti, H. F., & Husda, N. E. (2022). *Pengaruh Costumer Relationship Dan Pt Valco Indosiatec*.
- Rizki Aulia, K. F. N. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Produk. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(1). <https://doi.org/10.51804/iej.v1i1.359>
- Saputra, S. E., Syahrul, A. R., & Rivandi, M. (2020). *THE IMPACT EXPERIENTIAL MARKETING ON CUSTOMER SATISFACTION*.
- Sauw, O., & Mointi, R. (2023). Customer Experience dan Customer Satisfaction terhadap Repurchase Intention Produk Online. *YUME: Journal of Management*, 6(1), 260. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3574>
- Sembiring, E. E., Rini, E. S., & Situmorang, S. H. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Pengalaman Konsumen Terhadap Intensi Pembelian dengan Mediasi Keterlibatan Konsumen Menggunakan Aplikasi Grab Food dan Go Food Delivery. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(3), 1631. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i3.2119>
- Silaswaram, D., Kusnawan, A., & Hernawan, E. (2022). Dampak Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman terhadap Kepuasan Konsumen Marketplace di Masa Pandemi Covid 19. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 8(2), 2443–0064.
- Simangunsong, S., Manihuruk, Y. S., & Sitanggang, R. (2023). *Analisis Strategi Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Efektivitas Perusahaan Go-Jek Di Era Era Digital Masa Kini*. 1(6), 350–356.

- Sudarlan, S., Marwanto, M., & Krisma, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Kota Samarinda Menggunakan Layanan Online pada Pelanggan Ojek. *Jurnal EKSIS*, 18(1), 99–111. <https://doi.org/10.46964/eksis.v18i1.302>
- Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 66. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4822>
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7–13. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.473>
- Susilawati, R., & Silmi, Z. I. (2022). Analisis Customer Relationship Management (CRM) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah KSU BTM Surya Amanah Jombang. *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 7(2), 105–112. <https://doi.org/10.33752/bisei.v7i2.3653>
- Triana Muriza, D. (2021). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Promosi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Ramayana Padang. *Horizon*, 1(2), 294–304. <https://doi.org/10.22202/horizon.2021.v1i2.4800>
- Ulfa M., & Selviani (2022). Pengaruh harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Travel Mobil. *Al- Muqayyad*, 5(1), 20-32. <https://doi.org/10.46963/jam.v5i1.559>
- Waha, K., Kindangen, P., & Wenas, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Strabucks Drive Thru Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 52–64. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.44590>
- Zahra, N., & Sanaji, S. (2021). Peran Moderasi Motivasi Hedonis pada Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Niat Penggunaan Ulang Layanan Dompot Elektronik di Kalangan Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9 (1), 57. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p57-67>.