

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelhedi, M. (2021). Customer satisfaction in the digital era: Evidence from Islamic banking. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 1–18. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00147-4>
- Adhli, Y. L., & Antonio, F. (2024). Consumption value terhadap brand choice: Peran mediasi brand experience. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 25(1), 19–38.
- Afwan, A., Indah, D. R., & Rahman, M. (2024). Pengaruh pengalaman pelanggan, nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Photo di Kota Langsa. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(2), 346-353.
- Agustiono, A., Listyorini, S., & Nugraha, H. S. (2022). Pengaruh customer experience terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada masyarakat Semarang pengguna LinkAja). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 244-256.
- Ahmad, F., Mustafa, K., Hamid, S. A. R., Khawaja, K. F., Zada, S., Jamil, S., & Anwer, N. (2022). Online customer experience leads to loyalty via customer engagement: Moderating role of value co-creation. *Frontiers in Psychology*, 13, 897851.
- Albinsson, P. A., Guyader, H., Ottosson, M., & Parment, A. (2024). *Marketing and sustainability: Contradiction or the path to profitable businesses and sustainable societies*. John Wiley & Sons.
- Andrat, H. H. E. (2024). *Mengoptimalkan interaksi untuk membangun ekuitas merek yang berkelanjutan*. Penerbit Adab.
- Anggraeni, E. Y., Gumanti, M., Khumaidi, A., Nanda, A. P., Astuti, S., Puastuti, D., ... & Ridhawati, E. (2022). *Buku ajar e-business & e-commerce*. Penerbit Adab
- APJII. (2025, Januari 15). *APJII records Indonesia's internet penetration reaches 80,66 percent in 2025*. Intimedia. https://intimedia.id/read/apjii-records-indonesias-internet-penetration-reaches-8066-percent-in-2025?utm_
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Dasar-dasar pemasaran* (Vol. 1, A. Sindoro & B. Molan, Trans.). Prenhalindo.

- Atmoko, Y. D., Riorini, S. V., Hidasanita, H., & Tahira, N. (2024). Pengaruh keterlibatan pelanggan, kualitas layanan, citra merek dan pengalaman merek terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi online di DKI Jakarta. *Business, Economics dan Entrepreneurship*, 6(1), 40–53
- Atmoko, Y. D., Riorini, S. V., Hidasanita, H., & Tahira, N. (2024). Pengaruh keterlibatan pelanggan, kualitas layanan, citra merek dan pengalaman merek terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi online di DKI Jakarta. *Business, Economics dan Entrepreneurship*, 6(1), 40-53.
- Bank Indonesia. (2025). *QRIS: Quick Response Code Indonesian Standard*. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/qris/default.aspx>
- Bordian, M., Gil-Saura, I., Fuentes-Blasco, M., Ruiz-Molina, M. E., & Berenguer-Contró, G. (2024). Sustainability-oriented service innovation and customer satisfaction in hospitality: Assessing the impact of value co-creation, ecological knowledge and gender. *Journal of Vacation Marketing*. <https://doi.org/10.1177/13567667241261395>
- Dananjoyo, R., & Udin, U. (2023). The Effect of *Sustainable Brand Equity* on Customer Satisfaction and Customer Loyalty Using Customer Trust as Mediation Variable. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 18(7).
- DetikInet. (2025, Januari 20). *Survei APJII: Pengguna internet Indonesia 2025 tembus 229 juta jiwa*. Detik. https://inet.detik.com/telecommunication/d-8047759/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-2025-tembus-229-juta-jiwa?utm_
- Dewi, I. T., & Hasibuan, M. I. (2016). Pengaruh pengalaman pelanggan (customer experience) terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantauprapat. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 3(1), 93-103.
- Eka, I. G. N. A. G., & Kusuma, T. (2023). *Konstruksi kepuasan untuk loyalitas pelanggan: Konsep, skala, dan aplikasi*. CV. Intelektual Manifes Media
- Fadhilah, R. E., & Nainggolan, B. M. (2024). Peran kualitas pelayanan, kepercayaan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen E-Issn*, 2598, 49–50
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 13(3), 254.

- Fitria, D. N. T., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh pengalaman pelanggan terhadap niat membeli kembali dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 2(2), 592-610.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (2025, April 5). *Transaksi QRIS tumbuh hampir 600% pada kuartal I 2025*. https://goodstats.id/article/transaksi-qr-is-tumbuh-hampir-600-pada-kuartal-i-2025-Wo7Cm?utm_
- Górska-Warsewicz, H. (2025). *Sustainable Brand Equity as a new area in brand management and marketing*. *Zeszyty Naukowe. Organizacja i Zarządzanie/Politechnika Śląska*.
- Handayani, E. N., & Putri, O. D. (2022). Pengaruh nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(7), 2781-2789.
- Hargyatni, T., Purnama, K. D., Wiratnoko, D., Kusumajaya, R. A., & Handoko, S. (2022). The framework of customer engagement on customer satisfaction: The antecedents and consequences. *Journal of Management and Informatics*, 1(1), 11-16.
- 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**
- Indar Yuniarsih, I. Y., & Indriana Kristiawati, I. K. (2024). Pengaruh customer engagement terhadap kepuasan pelanggan melalui customer service quality pada PT. Senjani Tekno Boga Surabaya (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya)
- Indar Yuniarsih, I. Y., & Indriana Kristiawati, I. K. (2024). Pengaruh customer engagement terhadap kepuasan pelanggan melalui customer service quality pada PT. Senjani Tekno Boga Surabaya (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Isba, R. O. (2024). The Influence of Brand Experience, Brand Engagement, and E-WOM on Brand Equity of Lenovo Laptop Products. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 16(2), 1346-1360.

- Jamaludin, M., & Wijaya, R. B. (2025). Manajemen strategi brand equity berbasis pelanggan di lingkungan Pondok Pesantren Bina Aksara Mulya DIY. *INNOVASI: Jurnal Inovasi Pendidikan*, 11(2), 70–82
- Krisnanto, A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh nilai pelanggan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di Kota Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 74–80
- Lalmas, M., O'Brien, H., & Yom-Tov, E. (2022). *Measuring User Engagement*. Springer Nature
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Manyanga, W., Makanyeza, C., & Muranda, Z. (2022). The effect of customer experience, customer satisfaction and word of mouth intention on customer loyalty: The moderating role of consumer demographics. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2082015.
- Marsh, J. (2023). *UX for business: How to design valuable digital companies*. O'Reilly Media, Inc.
- Mohammed, M., Yomboi, J., Fataw, A., & Seidu, A. (2024). Future of customer engagement through marketing intelligence. In *Utilizing technology for sustainable resource management solutions* (pp. 308–321). IGI Global
- NasarAmini Jeloudarlou, S., Aali, S., Faryabi, M., & Bafandeh Zende, A. (2022). The effect of servicescape on customer engagement: The mediating role of customer experience. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(2), 318-344.
- Nugroho, D. A., & Suryadi, N. (2023). *Dasar-dasar digital marketing: Teknologi, media sosial, dan strategi*. Universitas Brawijaya Press
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Panduan Resiliensi Digital (Digital Resilience)*. [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Panduan-Resiliensi-Digital-\(Digital-Resilience\)/Panduan%20Resiliensi%20Digital%20\(Digital%20Resilience\).pdf](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Panduan-Resiliensi-Digital-(Digital-Resilience)/Panduan%20Resiliensi%20Digital%20(Digital%20Resilience).pdf)
- Palazzo, M. (2021). *Sustainable branding: Ethical, social, and environmental cases and perspectives*. Routledge.
- Paputungan, T., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Kotamobagu. *Productivity*, 3(2), 181–186

- Pieper, T., Pieper, T., & Berg, T. (2019). *User innovation barriers' impact on user-developed products*. Springer Fachmedien Wiesbaden
- Prabowo, A., Wahyuni, E. S., Tanjung, Y., Wijaya, M. R., & Adam, A. A. (2025). *Manajemen pemasaran (Strategi pemasaran era digital: Menguasai tren dan teknologi sebagai konsep baru meningkatkan penjualan)*. Serasi Media Teknologi
- QRIS Interactive. (2025). *QRIS 2025: Transaksi Rp 579 triliun dorong UMKM dan ekonomi digital*. <https://qris.interactive.co.id/homepage/blog-detail.php?lang=id&page=MjAw-qris-2025-transaksi-rp-579-triliun-dorong-umkm-dan-ekonomi-digital>
- Rahayu, D., Setiawan, E. B., Marina, S., Agusinta, L., & Rahmawati, A. (2024). Meningkatkan customer retention melalui customer engagement dengan kontribusi customer experience dan perceived value. *Media Bina Ilmiah*, 19(1), 3533–3556.
- Ramadan, C. S., & Efnita, Y. (2024). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) terhadap customer satisfaction dalam bertransaksi menggunakan layanan mobile payment DANA (Studi kasus: Seluruh pengguna DANA di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(1), 193–209
- Ramadhan, F. G. (2025). Pengaruh customer experience dan customer engagement terhadap brand loyalty dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening pada e-commerce Shopee (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Ranti, T. M. (2025). The impact of social media marketing (SMM) on consumer experience and consumer brand engagement. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 6(2), 60–71.
- Republika. (2025, April 10). *Dikritik AS, QRIS tumbuh 169 persen pada kuartal pertama 2025*. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/sv79ur484/dikritik-as-qris-tumbuh-169-persen-pada-kuartal-pertama-2025>
- Sahgira, N. N., Dewi, H. P., & Harahap, Z. C. M. (2025). Pengaruh customer experience, review product, dan perceived value terhadap repurchase intention konsumen Shopee pada mahasiswa Universitas Battuta. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 1039–1053.
- Sakina, E. P., Rahmi, D., Kurniati, A., & Yuniati, S. (2024). Distribusi binomial: Analisis kepuasan Generasi Z dengan layanan e-commerce Shopee. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 3(4), 383-392.

- Sampaio, C., & Régio, M. (2024). Customer experience and customer satisfaction: assessing links and themes in the hotel industry. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, (2), 8.
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2023). *Perilaku konsumen: Strategi dan teori*. Iocs Publisher
- Siregar, S. (2019). *Metode penelitian kuantitatif: Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. PrenadaMedia Group
- Siyamto, Y., Sy, S. E., Sy, M. E., Saputro, A. H., Fathoni, M. I., Haryanta, J. T., ... & Astuti, S. D. (2022). *Manajemen strategi merek: Konsep, proses, dan ekuitas dalam branding global*. CV Rey Media Grafika.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2018). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. CAPS.
- Susenhaji, S. E., Mawardi, M. K., & Sos, S. (2022). *Inovasi dan kreativitas pengembangan produk: Modul pembelajaran kewirausahaan*. Pusat Pengembangan Kewirausahaan Pendidikan Vokasi Universitas Brawijaya
- Susilo, A. (2023). *Strategi meningkatkan behavior loyalty, service quality, customer satisfaction, customer trust pada konsumen koperasi*. Sidoarjo: Zifatama Jawara.
- Tarigan, M. I. B., & Siahaan, R. N. (2023). Kepuasan pelanggan Netflix di Kota Medan diukur dengan nilai pelanggan, brand experience dan *User Experience*. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 120-129.
- Uli, T. L. F., Dirgantara, I. M. B., & Adielyani, D. (2025). Pengaruh customer experience dan customer satisfaction terhadap customer loyalty dengan value congruence sebagai variabel mediasi (Studi pada konsumen Fore Coffee di Kota Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 14(1), 69–82.
- Umar, H. (2015). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Vo, N. T., Chovancová, M., & Tri, H. T. (2020). The impact of E-service quality on the customer satisfaction and consumer engagement behaviors toward luxury hotels. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 21(5), 499-523.

- Waqas, M., Qingfeng, M., Ahmad, N., & Iqbal, M. (2023). Green brands, customer satisfaction and sustainable performance in the Chinese manufacturing industry. *Management Decision*, 61(11), 3545-3572.
- Washil, M. Z., Afandi, M. F., & Sumani, S. (2023). Pengaruh pengalaman konsumen dan label halal terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 4(2), 83–96
- Wiguna, K. S., & Kuswati, R. (2024). Pengaruh penciptaan nilai pada kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh ekuitas merek (Studi brand fashion H&M Solo Grand Mall). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(2), 68-87.
- Wiwesa, N. R. (2021). User interface dan *User Experience* untuk mengelola kepuasan pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 2
- Wulandari, R., & Khoiriah, R. I. (2024). *Manajemen produk dan merek untuk perencanaan strategi pemasaran*. Nas Media Pustaka.
- Yan, D., Wang, C., Sun, T., & Wen, D. (2024). The impact of service experience on sustainable customer engagement: The mediation of green perceived value and customer satisfaction. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(3), 2175-2194.
- Zaid, S., & Patwayati, P. (2021). Impact of customer experience and customer engagement on satisfaction and loyalty: A case study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 983-992.