

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M.Ma'ruf. (2017). Manajemen Komunikasi Periklanan. Yogyakarta : Aswaja Pressindo.
- Affran, S., Dza, M., & Buckman, J. (2019). Empirical Conceptualization of Customer Loyalty on Relationship Marketing.pdf. *Journal of Research in Marketing*, 10(2), 798–806.
- Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan. (2023). Kualitas pelayanan model carter dan pengaruhnya Terhadap kepuasan nasabah bank syariah indonesia Kota lhokseumawe dengan pendekatan SEM-PLS. *el-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Volume 6 , No. 1.
- Al-Qahtani, M. F. (2015). Associations between approaches to study, the learning environment, and academic achievement. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, 10 (1), 56-65
<https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2015.01.014>.
- Arikunto, S. (2017). Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ar-Robi, Muhammad Ridho dan Berto Mulia Wibawa. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan dan Performa pada Merchant OVO di Surabaya. *Jurnal sains dan seni its* vol. 8, no. 1 (2019), 2337-3520 (2301-928x print).
- Asniwaty, B., Sehe, M., Siswanto, B., & Satryawati, -. (2019). Analysis of Effect of Service Quality, Physical Environment And Customer Experience To Customer Loyalty Through Customer Satisfaction of Visitor Starbucks Coffee In Samarinda. 75(ICMEMm 2018), 122-128.
<https://doi.org/10.2991/icmemm-18.2019.7>
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*.
<https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>.
- Berry, L. L. (1983). Relationship marketing. In: Berry, L. L., Shostack, G. L., & Upah, G. D. (Eds.), *Emerging Perspectives on Services Marketing*. American Marketing Association.
- Boateng Henry, Abednego Feehi Okoe (2015) “Consumers” attitude towards social media advertising and their behavioural response The moderating role of corporate reputation”, *Journal of Research in Interactive Marketing* Vol. 9 No. 4, pp. 299-312 © Emerald Group Publishing Limited.

- Boone & Kurtz. (2015). *Contemporary Marketing* (9th Ed.). Orlando: Dryden Press.
- Chan, S. (2015). *Relationship Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Danang, A. (2018). Pengaruh Penjualan Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Mukena Umkm Fathiya Cimahi Tahun 2018. 4 (3), 1209–121.
- Donni Juni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen (Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer)*, Bandung : Alfabeta.
- Dua Mea, M. H. C., & Laga, Y. (2021). Pengaruh Relationship Marketing, Suasana Kafe, Dan Kepuasan Pengunjung Terhadap Loyalitas Pelanggan Mokka Coffee Ende. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 5(2), 131–139. <https://doi.org/10.33005/mebis.v5i2.83>.
- Faizal Al Ghani, Irmawati. (2024). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Pembelian Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pengguna Instagram (Studi Kasus Di Kabupaten Sukoharjo). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* : Vol. 17, No. 2.
- Firmansyah, A. (2021). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Industri Kafe. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 14(2), 183–194.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilboa, S., Seger-Guttmann, T., & Mimran, O. (2019). The unique role of relationship marketing in small businesses' customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51 (May), 152-164 <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.06.004>.
- Hadiyati, E. (2014). Studi Dimensi Hubungan Pemasaran Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Sektor Perbankan. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 2(2), 72- 87.
- Hartono. (2004). *Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, Jakarta : Erlangga.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- IrawanLubis, M. F., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pascho Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 872–882. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3074>.

- 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>.
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 191. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11196>.
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 191. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11196>.
- Khan, R., & Sindhu, S. (2015). An Investigation of Advertising Appeal on Consumer Response in Service Advertising. *Management Studies and Economic Systems*, 2(1), 39–50.
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Gary, A. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi. 12. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Langgeng Sri Handayani, R. Hidayat, (2022). Pengaruh kualitas Produk , Harga , dan Marketing Digital Terhadap Penjualan Produk MS Glow Beauty di Berbagai Jenis kosmetik untuk Pelanggan wanita dan Pria. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 5(2), 135–145.
- Lee, D., Hosanagar, K., & Nair, H. (2017). Advertising Content and Consumer Engagement on Social Media: Evidence from Facebook. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2290802>
- Lin Long Yi, L. (2011). The impact of advertising appeals and advertising spokespersons on advertising attitudes and purchase intentions. *African Journal of Business Management*, 5(21), 8446–8457.

- Masito, R. A. (2021). Influence Of Digital Marketing and Customer Relationship Marketing on Customer Relationship Marketing on Customer Loyalty to Cheers Drinks (Study Pt. Atlantic B iuraya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1216–1222.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Morisson M.A. (2015). *Periklanan komunikai Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muhammad Acelian. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Untuk Meningkatkan Niat Beli Konsumen. *Jurnal Communicology : Vol.8 (No.2) : hal. 267 - 287*.
- Naufal Bachri, Asnawi, Sutan Febriansyah. (2022). DIGITAL MARKETING: Determinasi Keputusan Berbelanja Online. *E-Mabis (Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis) : Vol. 23 No. 2*.
- Ndubisi, N. O. (2013). Cultural Dimension And Relationship Marketing: An African Marketing Model. *Journal of Cultural Study*, 5(2), 214–241.
- Ogbechi A. D. (2018). *ajol*
filejournals_336_articles_174520_submission_proof_174520-4009-446754-1-10-20180716 (1).pdf (p. 50). Jul 16, 2018.
- Pandji Anoraga. (2009). *Manajemen Bisnis*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Priansa, Donni. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Prisgunanto, Ilham. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: CV.Prisani Cendekia.
- Robinette, Scoot. (2001). *Emotion Marketing*. New York: Mc Graw Hill.
- Samuel Hatane, W. Y. (2013). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dimoderasi Oleh Media Social Pada De Mandailing Cafe Surabaya. file:///C:/Users/Windows 7/Downloads/7328-13878-1-SM.pdf.
- Sartika, D., & Mulyana, S. (2022). Pengaruh Online Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Makanan Minuman Khas Riau di Pekanbaru. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 18(4), 766–775.
- Setiowati, D., Wiratri, ;, Nada, A. ;, & Romli, A. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Ritel Melalui Program Sampoerna Retail Community. <https://www.src.id/>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta

- Sunil. (2013). "Trends and practices of consumers buying online and offline An analysis of factors influencing consumer's buying" *International Journal of Commerce and Management* Vol. 25 No. 4, pp. 442-455.
- Swastha, B. I. (2013). *Azas Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Syahputra, D., & Murwatiningsih. (2019). Building Customer Engagement Through Customer Experience, Customer Trust, and Customer Satisfaction in Kaligung Train Customers. *Management Analysis Journal*, 8(4), 350–359. <http://maj.unnes.ac.id>.
- Tivasuradej, Y. C. T., & Pham, N. (2019). Advancing customer experience practice and strategy in Thailand. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(2), 327–343. <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2017-0220>.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (1st ed.). ANDI.
- Tjiptono, Fandy & Chandra. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta : Andi.
- Teuku Edyansyah. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk Cabang Lhokseumawe. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS* : Volume 5, Nomor 1. p. 35-42.
- Utami, D. (2019). *Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop di Kota Medan*. Skripsi. Medan : Universitas Sumatera Utara.
- van Tonder, E., & Petzer, D. J. (2018). The interrelationships between relationship marketing constructs and customer engagement dimensions. *Service Industries Journal*, 38(13-14), 948-973.
<https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1425398>.
- Wardhana Aditya. (2014). Analisis Positioningtop Brand Coffee Shop Berdasarkan Persepsi Pelanggan di Kota Bandung. *SNaPP*, 303–310. <http://proceeding.unisba.ac.id/index.php/sosial/article/view/173/pdf>.
- Winardi, (2005). *Motivasi dan Pemotivasi dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja. Grafindo Persada.