

## DAFTAR REFERENSI

- Adnan & Abubakar, R (2021). Manajemen Pemasaran, SEFA BUMI PERSADA, Lhokseumawe.
- Afifudin, N., Siti Badriah, L., & Wibowo, A. A. (2022). "Rural Tourism And Creative Economy To Develop Sustainable Wellness" Teori Nilai Konsumsi Dalam Perilaku Konsumsi Masyarakat Untuk Pembelian Barang Virtual Pada Game Online.
- Ahn, J., & Back, K. J. (2019). Cruise Brand Experience: Functional And Wellness Value Creation In Tourism Business. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 31(5), 2205-2235.
- Amelia, S. (2023). Pengaruh Nilai Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Produk Kecantikan Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*.
- Armansyah. (2021). *Manajemen Pemasaran "Kepuasan Pelanggan"* (A. Putranto, Ed.).
- Bagus Nyoman Udayana, I., Dwi Cahya, A., & Ayu Kristiani, F. (2022). Pengaruh Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada The Praja Coffee & Resto). In *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business* (Vol. 5, Issue 1).
- Chuah, S. H. W., Aw, E. C. X., & Cheng, C. F. (2022). A Silver Lining In The COVID-19 Cloud: Examining Customers' Value Perceptions, Willingness To Use And Pay More For Robotic Restaurants. *Journal Of Hospitality Marketing And Management*, 31(1), 49–76. <https://doi.org/10.1080/19368623.2021.1926038>
- Cristian Fonda, B., & Tony Antonio, Dan. (2020). Pengaruh Functional Value, Emotional Value Dan Value For Money Terhadap Minat Beli Ulang Apartemen Di Surabaya. In *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Issue 3).
- Darmawan Poani, A., Rombe, E., & Mubaraq, R. (2021). *Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Kafe Jepa And Surabi Di Palu*. 7, 375–383.
- Faris, S., Ariyani, I., Wijayanti<sup>2</sup>, W., & Rahman Purnama<sup>3</sup>, A. (2020). Peran Moderasi Usia Dalam Pengaruh Nilai Konsumen Terhadap Loyalitas Merek The Moderating Role Of Age In The Effect Of Consumer Value On Brand Loyalty. *Journal Of Business Finance And Economic (JBFE)*, 1. [Http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe](http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe)

- Firmansyah, A. (2019). *Buku Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy): Vol. Pertama* (Q. Media, Tiara, & Erika, Eds.; Qiara Media). CV. Penerbit Qiara Media.
- Fransiscus Harijanto, R. (2023). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Evolene Whey Protein Dengan Customer Value Proposition Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.1-11>
- García-Salirrosas, E. E., & Gordillo, J. M. (2021). Brand Personality As A Consistency Factor In The Pillars Of Csr Management In The New Normal. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 7(2). <https://doi.org/10.3390/joitmc7020134>
- García-Salirrosas, E. E., Millones-Liza, D. Y., Esponda-Pérez, J. A., Acevedo-Duque, Á., Müller-Pérez, J., & Sánchez Díaz, L. C. (2022). Factors Influencing Loyalty To Health Food Brands: An Analysis From The Value Perceived By The Peruvian Consumer. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/su141710529>.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2019) *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Cetakan Keenam. Yogyakarta: BPF
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult., Christian M. Ringle., And Marko Sarstedt. 2017. *A Primer On Partial Least*
- Hanief Alfarisi, A., Edo Suryawan Siregar, M., & Febrilia, I. (2022). *Pengaruh Nilai-Nilai Fungsional, Sosial, Dan Emosional Terhadap Niat Beli Barang Virtual Game Online* (Vol. 3, Issue 1).
- Hans, A. (2020). Pengaruh Consumer Value Dan Brand Identification Terhadap Brand Loyalty. *Jurnalmanajemen.Petra*.
- Kasih, O. :, Pingkan Tamamekeng, J., Moniharapon, S., Roring, F., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). *Pengaruh Persepsi Kualitas, Komitmen Afektif, Dan Brand Experience Terhadap Loyalitas Merek ( Studi Pada Konsumen J&T Manado ) The Effect Of Quality Perceptions, Affective Commitment, And Brand Experience On Brand Loyalty (Study On J&T Manado Consumers)* (Vol. 12).
- Kesuma, A. P. (2021). Pengaruh Nilai Fungsional, Nilai Emosional Dan Nilai Pengguna Marketplace). <http://repository.sticykpn.ac.id/id/cprint/1787>
- Kotler, P., Keller, K., L. (2019). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. 2019. Manajemen Pemasaran. Buku Kedua. Jakarta:Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: Cval Fath Zumar
- Limakrisna, N., & Purba, P. P. (2019). MANAJEMEN PEMASARAN Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis Di Indonesia (3rd Ed.). Mitra Wacana Media.
- Lorens, N. M. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kepuasan Merek, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Merek Pada Kopi Kenangan Di Kota Makassar. *Journal Unhas*.
- Lupiyoadi, R., (2018). Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 3, Jakarta: Salamba
- Munawwar, H., & Saefuloh, D. (2019). *Pengaruh Nilai Yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Sepatu Olahraga Merek Lokal Dan Internasional*.
- Novitasari, E., Kharimah Vedy, N., Ekonomi, F., Prodi, B., Institut, M., Nusantara, B., Wismarini, J., 09, N., & Selatan, P. (2023). Efek Nilai Emosional Dan Nilai Fungsional Dalam Mendorong Peningkatan Loyalitas Konsumen. *Journal Of Management And Industrial Engineering*, 2(1).
- Nurhalimah, N., & Nurhayati, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6, 1–5.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal Of Marketing*, 63, 33-44.
- Putera Sandy, J., Stanley, T., Jokom, R., Manajemen Perhotelan, P., Studi Manajemen, P., & Bisnis Dan Ekonomi, F. (N.D.). *Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Konsumen Di Jokopi Untung Suropati Surabaya*.
- Putra, E. Y., & Liesty Indriani, V. (2023). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Brand Loyalty Pada Coffee Shop Yang Ada Di Batam. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 9. <https://doi.org/10.19184/Ejeba.V10i1.37121>
- Rahmad Ilahi, S. A., & Islamuddin. (2023). The Effect Of Cossumer Trust, Emotional Value, Functional Value And Social Value On Iphone Brand Loyalty In Student Of Muhammadiyah University Bengkulu . *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 551–562.
- Saputri, S. A., Fattah, A., Prodi, I., Fakultas, M., Universitas, E., & Surabaya, B. (N.D.). *Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Pengorbanan Dan Loyalitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Mc'donalds Di Sidoarjo*.

- Solling Hamid, R., Made Putri Ariasih, M., & Ni Nyoman Suarniki, M. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN MODERN (Strategi Dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis)* Penerbit. CIERM. [www.Sonpedia.Com](http://www.Sonpedia.Com).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&-D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunarto. (2017). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto. Danang, (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi Dan Kasus)*. Ceiaikan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru
- Suwarno, M. A. (2022). Pengaruh Nilai Fungsional, Emotional Value, Dan Social Value Terhadap Intent To Purchase Item Virtual. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Tama, A. W., & Untoro, W. (2016). Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Merek Pada Pengguna Ponsel Smartfren. *Jurnal Economia*, 12(2), 97. <https://doi.org/10.21831/Economia.V12i2.10820>
- Thai, N. V., Vuong, D. H., Ha, N. T. T., Thinh, N. Q., Kim, M. H., & Quy, N. L. D. (2020). Exploring Brand Loyalty Toward Traditional Confectioneries In An Emerging Market. *Entrepreneurship And Sustainability Issues*, 8(1), 60–72. [https://doi.org/10.9770/Jesi.2020.8.1\(5\)](https://doi.org/10.9770/Jesi.2020.8.1(5))
- Wahyu Febrianto, K., & Artanti, Y. (2019). Nomor 2-Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 7).
- Wong, K. H., Chang, H. H., & Yeh, C. H. (2019). The Effects Of Consumption Values And Relational Benefits On Smartphone Brand Switching Behavior. *Information Technology And People*, 32(1), 217–243. <https://doi.org/10.1108/ITP-02-2018-0064>
- Yeh, C. H., Wang, Y. S., & Yieh, K. (2016). Predicting Smartphone Brand Loyalty: Consumer Value And Consumer-Brand Identification Perspectives. *International Journal Of Information Management*, 36(3), 245–257. <https://doi.org/10.1016/J.Ijinfomgt.2015.11.013>
- Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The Effects Of The Online Customer Experience On Customer Loyalty In E-Retailers. *International Journal Of Advanced Engineering, Management And Science*, 6(5), 208–214. <https://doi.org/10.22161/Ijaems.65.2>
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2014. *Services Marketing: Integrating Customer*

Zhang, M. L. & Ren, S. X. (2019). The Study To The Customer Involvement Influencing To Customer Loyalty. *Virtual Economic Research*, 3(1),36-46.[In Chinese]