

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, A. S. (2016). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffe Time Kopo Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 31(1), 13–53.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1), 143–148.
- Bruno, L. (2019). ANALISIS HARGA, PROMOSI TERHADAP CUSTOMER EXPERIENCE PADA CAFE QP. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 9–22. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 5(2), 592–602.
- Dewi, T. U., & Nugroho, P. N. A. (2018). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY INSTITUT FRANÇAIS INDONESIA DI SURABAYA. *Jurnal Teknologi Dan Terapan Bisnis (JTTB)*, 1(2), 28–37.
- Dirbawanto, N. D., & Sutrasnawati, E. ng. (2016). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN BRAND TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY. *Management Analysis Journal*, 5(1), 70–76.
- Habibie, A. (2018). Pengaruh Risiko Kredit, Risiko Likuiditas Dan Risiko Solvabilitas Terhadap Profitabilitas Bank (Studi Pada Bank Persero Yang Beroperasi Di Indonesia). *Mutiara Akuntansi*, 3(1), 11–24. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15229.26081>
- Handoko. (2016). ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 3(1), 16–51.

Jumarodin, Sutanto, A., & Adhilla, F. (2019). PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BEDUKMUTU DI UMY. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 102–119. <https://doi.org/10.18196/mb.10171>

Nurrahman, I., & Utama, R. D. H. (2016). PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung). *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*, 1(1), 54–63. Retrieved from www.techno.okezone.com

Oliver, J. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 9(1), 18–53. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Pradwika, D. F., & P.Hadi, S. (2018). Pengaruh Promosi Kreatif dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen E-commerce Zalora.co.id (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Jakarta). *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–8.

Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa) Oleh. *Among Makarti*, 10(19), 70–90.

Safitri, K. (2017). ANALISIS PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI STORIA CAFFE MMXVI. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 66–75.

Sari, I. G. A. W., & Setiawan, P. Y. (2017). PENGARUH GREEN MARKETING DAN PACKAGING TERHADAP BRAND IMAGE DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN STARBUCKS COFFEE. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(1), 12–22. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Satria, R. D. (2018). PENGARUH GREEN MARKETING DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN STARBUCKS COFFEE DI KOTA PONTIANAK). *Journal of Chemical*

Information and Modeling, 53(9), 1–18.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Setiawan, I., Faruk, M., & Basari, M. A. (2018). PERAN CRM PADA BISNIS KOS KOSAN DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS KONSUMEN DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS GALUH. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 321–326.

Siwi, P. A. (2015). *PENGARUH KEMASAN DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 3(1), 9–43.

Sugiyono. (2012). PENGARUH HARGA DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1(9), 1–34. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Susanto, J. (2017). PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1), 13–31.

Wardhana, R. E. (2016). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN MIE RAMPOK TAHANAN SURABAYA). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 1–9.