

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, F. (2020). *Milenial dan Online Travel Agent*. DetikTravel. Generasi milenial memiliki kecenderungan terhadap teknologi dan memiliki karakteristik yang unik, kreatif, inovatif, dan produktif (Setiawan et al., 2019).
- Alsaid, N., Amor, B., & El Houda, N. (2020). Experiential marketing impact on experiential value and customer satisfaction : case of Winter Wonderland amusement park in Saudi Arabia. *Expert Journal of Marketing*, 8(2), 118–128.
- Angela, F., Oviliani, A., Yuliana, Y., & Jaolis, F. (2023). Shoppers' loyalty in online marketplace: The impact of interface quality, application incentives, and security/privacy through flow experience. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 16(1), 45–62. <http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v16i1.15530>
- Anggraini, A. B., & Saino. (2022). Pengaruh Harga, Physical Evidence, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1591–1599. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1591-1599>
- Asri, B. Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. 1(1), 1–14.
- Baehaqi, M. (2022). *Implikasi Value Co-Creation Terhadap Loyalitas Pelanggan : Studi Pada Jasa Kunjungan Wisata di Kabupaten Kebumen*. 5, 204–219.
- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *SEGMEN Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v17i2.6868>
- Chen, X., Su, X., Li, Z., Wu, J., Zheng, M., & Xu, A. (2022). The impact of omni-channel collaborative marketing on customer loyalty to fresh retailers: the mediating effect of the omni-channel shopping experience. *Operations Management Research*, 15(3–4), 983–997. <https://doi.org/10.1007/s12063-022-00319-y>
- Danny, Theresia, W., Chandra, & Felicia. (2001). Analisis Kepuasan dan Tingkat Kualitas Pelanggan terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris. *Ekonomi Manajemen Universitas Kristen Petra*.
- Destri, S., Onsardi, & Ety, A. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 11–25.
- Farisha, M., Hartoyo, & Arief, S. (2022). Apakah Pandemi Covid-19 Mengubah Perilaku Pembelian Konsumen Terhadap Produk Kosmetik? *Journal of*

- Consumer Sciences*, 7, 1–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.1-19>
- Firdaus, M. Z., Muttaqien, F., Robustin, T. P., & Pelanggan, L. (2020). *Pengaruh Dimensi Marketing Mix terhadap Loyalitas Pelanggan pada Home Industry Saus Ryan Jaya di Kabupaten Lumajang*. 118–122.
- Fransiska, F., Riko, C., & Ati, Z. (2020). *PERANCANGAN DESAIN USER INTERFACE LOST AND FOUND*. 2012, 312–318.
- Ghozali, I. (2021a). *Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021b). *Partial Least Squares : Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris 3/E*. Badan Penerbit Undip.
- Husnain, M., & Akhtar, M. W. (2015). Relationship marketing and customer loyalty. *Global Journal of Management and Business Research*, 15(10), 1–14. <https://www.researchgate.net/profile/Mudassir>
- indobalinews. (2021). *57 persen pengguna internet di Indonesia adalah generasi milenial*. <https://indobalinews.pikiran-rakyat.com/teknologi/pr-882083209/57-persen-pengguna-internet-di-indonesia-adalah-generasi-milenial>
- Kompasiana. (2020). *gaya hidup serba instan di era milenial*. <https://www.kompasiana.com/lifestyle0462/5e4f9b6a097f36287f1bfb32/gaya-hidup-serba-instan-di-era-milenial>
- Kotler, Keller, & Chernev. (2022). *Marketing Management*. <https://online.fliphtml5.com/xzfd/pkef/>
- Kotler, P., Hermawan, K., & Iwan, S. (2017). *Marketing 4.0 di Ekonomi Digital*. Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Krisnawati, D. (2019). PENGARUH CO-CREATION, CURRENCY, COMMUNAL ACTIVITY DAN CONVERSATION TERHADAP CONSUMER JOURNEY. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 20(2).
- Lastiansah, & Sena. (2012). *Pengertian User Interface*. Pt. Elex Media Komputindo.
- Leedi, S., & Ari, S. (2022). *PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KESADARAN MEREK DAN KEPUASAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ELLA SKIN CARE DI CABANG GENTAN*. 21(435), 49–59.
- 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 The effect of customer experience , customer satisfaction and word of mouth intention on customer loya. *Cogent Business & Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2082015>
- Muhyidin, M. A., Sulhan, M. A., Sevtiana, A., Catur, U., Cendekia, I., & Cirebon, K. (2020). *PERANCANGAN UI / UX APLIKASI MY CIC LAYANAN INFORMASI AKADEMIK MAHASISWA*. 10(2), 208–219.
- Nurma, D., Yulius, W. S., & S. (2021). Effect of Marketing mix on BNI Syari ' ah Bengkulu Customer Loyalty Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari ' ah Pintu Batu Bengkulu. *Journal of Indonesian Management*, 1(3), 5–9.
- Pratama, C. C. M., James, D. D. M., & Yunita, M. (2019). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE , CUSTOMER VALUE , DAN BRAND TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GO-JEK DI MANADO THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE , CUSTOMER VALUE , AND BRAND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY GO-JEK ONLINE TRANSPOR*. 7(3), 2771–2780.
- Rita, Z. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3, 31–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.121>
- Salsabil, & Sugiyanto. (2023). *PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL, PENGALAMAN PELANGGAN, DAN KUALITAS HUBUNGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI TIKTOK PADA PARFUME ANDINSKIN*. 1.
- Saragih, N. (2019). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM KARYA MURNI MEDAN*. 19, 60–69.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential marketing, How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1362/026725799784870496>
- Schmitt, Bernd. (1999). *Customer Experience Management*. John wiley & Sons, Inc.
- Setiawan, B., Luh, N., Trisdyani, P., & Adnyana, P. P. (2019). *The Profile and Behaviour of ' Digital Tourists ' When Making Decisions Concerning Travelling Case Study: Generation Z in South Jakarta*. 17(2), 1–13. <https://doi.org/10.9734/AIR/2018/43872>
- Sharon, A. L., & Sfenrianto. (2022). *ANALISIS PENGARUH INFORMATION DAN USER INTERFACE QUALITY TERHADAP LOYALTY OF E-CUSTOMER DALAM MENGGUNAKAN DOMPETDIGITAL“OVO.”*

- Braz Dent J.*, 7(7). <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i7.8490>
- Suhendro, D. (2019). Pengaruh Marketing Mix (4P) terhadap Loyalitas Konsumen pada Mini market Indomaret dan Alfamart di Kota Pematangsiantar. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 5(2), 206. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v5i2.2178>
- Tri, H., & Cep, Y. (2022). *Dampak Co-Creation pada Pemasaran Produk Pangan Online terhadap Loyalitas dengan Mediasi Kepuasan pada Pelanggan Sayurbox*. 8479(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.35326/agribisnis.v6i1.2307>
- Wardhana, E. (2019). Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Sonny Vaio. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 20(2).
- Youcef, S., Keltouma, M., & Imane, A. (2015). The Impact of Marketing Mix Elements. *Exper Journal of Marketing*, 3(1), 1–10. <https://marketing.expertjournals.com/23446773-15-302/>
- Yulianti, J. S., & Ayung, P. C. (2022). *PERANCANGAN USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE APLIKASI SAY.CO*. 9(April).
- Zamri, K. Y. (2022). The Effects of 10 User Interface (UI) Elements on Game Design Process. *EDUCATUM Journal of Science, Mathematics and Technology*, 9(2), 82–89. <https://ejournal.upsi.edu.my/index.php/EJSMT/index>