

DAFTAR PUSTAKA

- Adenanthera, L. (2020). Analisis Retensi Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pengguna JASA KOSP Kelas 1 Tanjung Emas Semarang. *Prosiding Kemaritiman*, 1–23.
- Alfi Ranita Sinaga. (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan,. ”*JOM FISIP*, 3, 25–29.
- Aminah, L., & Saputra, D. (2020). Analisis Pengaruh Program Retensi dan Diferensiasi terhadap Customer Lifetime Value di Industri Ritel. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 103–120.
- Andi M. Arief. (n.d.). *ekonomi-melambat-industri-makanan-dan-minuman-diprediksi-masih-bisa-tumbuh*. <https://Katadata.Co.Id/Berita/Industri>.
- Arman Syah. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN KEPUASAN PELANGGAN* (cetakan pe). Windina Bhakti Persada.
- Arnal Panadoli Siregar, L. R. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP BRAND IMAGE CAFE ANGKRINGAN NOOK RANTAU PRAPAT Oleh. *JISOS Jurnal Ilmu Sosial*, 2(2), 119–121.
- Arikunto S., 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta Rineka Cipta.
- BENEDIKTUS KRISNA YOGATAMA. (2023). *daya-beli-merosot-industri-mamin-masih-bisa-bertumbuh*,. <https://Www.Kompas.Id/Baca/Ekonomi>.
- Chusnul Rofiah dan Dwi Wahyuni. (2017). Kualitas Layanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan yang di Mediasi Oleh Kepuasan di Bank Muamalat Jombang. *EKSIS*, Vol. 12(No. 1), 72.
- Danesh, S.N., Nasab, S.A., dan Ling, K. C. (2012). The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets. *International Journal of Business and Management*, Vol. 7, No.
- De Keyser, A., & Kumar, V. (2020). The role of customer retention in the digital age: Insights from service industries. Retensi pelanggan yang baik memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mendorong pembelian berulang. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 508-527.
- Day, G. S., & Wensley, R. (1988). "Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority." *Journal of Marketing*, 52(2), 1–20. DOI: <https://doi.org/10.1177/002224298805200201>
- Endra, F. (2019). *Pedoman Metodologi Peneitian (Statistika Praktis)*. Zifatama Jawa.

- Firna M. A. Poluan, S. L. M. I. W. J. O. (2019). STRATEGI MARKETNG MIX DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN. (*STUDI PADA MINUMAN KESEHATAN INSTANT ALVERO*), No.3, 2017.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*" Edisi Sembilan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamburg dan Giering. (1999). Personal Characteristics as Moderators of the Relationship Between Customer Satisfaction and Loyalty – An Empirical Analysis. *Journal of Marketing for Higher Education*, 3–4.
- https://www.tripadvisor.co.id/Restaurants-g1052738-oa30-Jember_East_Java_Java.html. (n.d.). No Title.
- Hunt, S. D. (2000). A General Theory of Competition: Resources, Competences, Productivity, Economic Growth. London: SAGE Publications.
- Ida Hidayah, Teguh Ariefiantoro, D. W. P. S. N. (2021). Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 1, 77.
- Iyer, G., & Paz, A. (2020). Differentiation and its impact on customer loyalty: A study across industries. Diferensiasi produk yang jelas menciptakan loyalitas yang lebih kuat dan meningkatkan nilai pelanggan sepanjang hubungan mereka dengan perusahaan. *Journal of Product & Brand Management*, 29(5), 597-612.
- Kallis, G., & Potočnik, J. (2020). *The Economy as a Social Construct: New Insights into the Structure of Modern Markets*. (Cambridge University Press. (ed.)).
- Karman. (2015). Kontruksi Realitas Sosial: Sebuah Telaah Teoritis Terhadap Kontruksi Realitas Peter L. Berger. *Jurnal Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika*, 5 (1), 48–58.
- Kartika Imasari dan Kezia Kurniawati Nursalin. (2011). Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT BCA Tbk. *Fokus Ekonomi*, Vol.10, No, 185.
- Kotler, P. (2005). *manajemen pemasaran* (Ed.11, jil). Indeks.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13.).
- Lemon, K.N., & Verhoef, P. C. (2018). Strategi retensi yang efektif membantu memperpanjang durasi hubungan pelanggan, yang berdampak langsung pada peningkatan CLV. *Journal of Marketing for Higher Education Understanding Customer Experience throughout the Customer Journey*. , 82(6), 10-32.

- Mariyana, D. (2017). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Toko Buku Zanafa) Metropolitan City Pekanbaru. *Journal of Social and Political Science Riau*, 53(9), 1689–1699.
- Marsela Lent, dkk. (2020). Strategi Diferensiasi Produk Line untuk menarik minat konsumen. *JBEE : Journal Business Economics and Entrepreneurship*, Volume 2(no 2), hal. 10-19.
- Muhamad Fahmi Rizanata. (2014). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word of Mouth, Niat Beli Dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4.1, 31–42.
- Muhammad Amir Anshori. (2023). Dampak Brand Awareness dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Ayam Geprek Sako,. *Jurnal Minfo Polgan*, Volume 12, 2051–2060.
- Hunt, S.D. dan Madhavaram, S. (2012). Managerial Action and Resoruce Advantage theory: Conceptual Frameworks Emanating from a Positive Theory of Competition. *Journal of Business dan Industry Marketing*, 27(7), 582-591
- Nikmah dan Siswahyudianto. (2022). *Strategi Diferensiasi untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek*.
- Ovan, Andika Sanjaya, C. (2020). *Aplikasi Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web* (. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Popon Srisusilawati, dkk. (2023). *Loyalitas Pelanggan*. Widhina Bhakti Persada Bandung.
- Puspaningrum, S., & Wijayanti, E. (2020). Konstruksi Sosial Nilai Pelanggan: Implikasi bagi Strategi Retensi dan Loyalitas Pelanggan dalam Bisnis Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Pemasaran*, 22(4), 205-220.
- Sari, I., & Wulandari, M. (2020). Diferensiasi Produk dan Kepuasan Pelanggan sebagai Faktor Pengaruh terhadap Loyalitas dan Customer Lifetime Value pada Perusahaan E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran*, 17(3), 89-102.
- Siti Ahdina Saadatirrohmi, R. (2021). Nusantara Hasana Journal. *Nusantara Hasana Journal*, 1(7), 132–137.
- Sofjan Assauri. (2013). *SATEGIC MARKETNG: Sustining Lifetime Customer Value*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020b). *Metode Penelitian pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan*

R&D. Alfabeta.

- Sutrisno, T., & Alamsyah, M. (n.d.). The Role of Social Media in Building Brand Loyalty through Differentiation and Customer Retention: A Case Study in Indonesian FMCG Industry. *Jurnal Marketing Dan Manajemen*, 19(3), 45-60.
- Sweeney, J.C., & Soutar, G. N. (2019). Consumer perceptions of service quality: A holistic view. Diferensiasi produk dan kualitas layanan meningkatkan loyalitas pelanggan, yang secara langsung berdampak pada CLV. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 88-98.
- Tsiotsou, R. H. (2018). The role of customer satisfaction in loyalty and retention. Retensi pelanggan yang tinggi berkontribusi pada loyalitas pelanggan yang lebih besar, yang pada gilirannya meningkatkan CLV. *Journal of Services Marketing*, 32(4), 417-429.
- V. Wiratna Sujarweni. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS & EKONOMI* (Edisi ke-1). Pustakabarupress.
- Veitzhal Rivai Zainal. (2017). *Islamic Marketing Management*. Bumi Aksara.
- Vinna Sri Yuniarti. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. Cv Pustaka Setia.
- Win Esti. (n.d.). PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN MELALUI KEPUASAN, DIPONEGORO. *JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC*, 2019, 1–10.
- Zahara, Danial, dan S. (2020). Strategi Diferensiasi Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing pada UKM Furniture. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 8(No. 1), hal 22.
- Zaloom, C. (2020). *Out of the Pits: Traders and Technology* (University of Chicago Press. (ed.)).
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). *Understanding customer experience throughout the customer journey*. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2021). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Penguin Books. (Edisi terbaru dari buku klasik)
- Gupta, S., Lehmann, D. R., & Stuart, J. A. (2004). *Valuing customers*. *Journal of Marketing Research*, 41(1), 7-18.
- Yadav, R., & Sharma, P. K. (2021).** The impact of customer value on customer loyalty in the banking sector: The mediating role of customer satisfaction and trust. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(1), 45-57.
- Wernerfelt, B. (2021).** Revisiting the resource-based view: A value-creation perspective. *Academy of Management Review*, 46(1), 188-191.
- Almahamid, S., & Ayoub, H. K. (2022).** The Impact of Electronic Service Quality Dimensions

on Customer Satisfaction in Jordanian Mobile Companies: The Mediating Role of Trust and Loyalty. *International Journal of Business and Management*, 17(1), 1-15.

Koay, K. Y., Lim, K. H., & Ling, C. H. (2022). Social media influencer marketing: the moderating role of materialism. *Young Consumers*, 23(1), 115-131.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

