

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M., Kesuma, T. M., Siregar, M. R., Nabilah, & Saddaq, M. (2023). *Retensi Konsumen UMKM dengan Memanfaatkan Social Media Marketing* (M. Mauliza (ed.)). Syiah Kuala University Press.
https://www.google.co.id/books/edition/Retensi_Konsumen_UMKM_dengan_Memanfaatkan/pEXsEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Adnan, Murhaban, Ningsih, E. F., Azani, Suryani, Nur, A. A., Anwar, Yulmaida, T., & Faradila, P. (2024). *Strategi Pemasaran dan Perilaku Konsumen di Era Digital*. MEGA PRESS NUSANTARA.
https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Pemasaran_dan_Perilaku_Konsumen/T71HEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Andy, A., & Dharmayanti, D. (2016). Pengaruh Market Orientation terhadap Competitive Advantage dengan Integrated Marketing Communication dan Customer Engagement sebagai variable intervening pada Telkomsel di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(2), 1–9. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/4313>
- Ardhana, V. Y. P., Mulyodiputro, M. D., & Hidayati, L. (2024). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BEAUTY STORE. *Jurnal Rekayasa Sistem Informasi Dan Teknologi*, 1(3).
- Baroroh, R. (2023). *Jejaring Sosial dan Loyalitas Pelanggan*. CV. Alfa Pustaka.
https://www.google.co.id/books/edition/Jejaring_Sosial_dan_Loyalitas_Pelanggan/kwOGEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Basoni, S. (2026). *Wow! Indonesia Resmi Jadi Negara dengan Kedai Kopi Terbanyak*. DetikFood. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-8301877/wow-indonesia-resmi-jadi-negara-dengan-kedai-kopi-terbanyak>
- Berry, L. L. (2013). Relationship Marketing of Services Perspectives from 1983 and 2000. *Journal of Relationship Marketing*. https://doi.org/10.1300/J366v01n01_05
- Damayanti, T. L., Miftahuddin, M. A., Astuti, herni justiana, & Handayani, E. (2025). The Influence of Social Media Marketing , Online Customer Review , Halal Label , and Brand Image on Purchasing Decisions for Somethinc Cosmetic Products (Study on Somethinc Cosmetic Consumers in Purwokerto). *Asian Journal of Management Analytics (AJMA)*, 4(1), 163–180.
- Darmawan, A. P., & Sartika, R. E. A. (2026). *Daftar media sosial yang paling sering diakses warganet Indonesia 2026*. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/tren/read/2026/06/14/100000565/daftar-media-sosial-yang-paling-sering-diakses-warganet-indonesia-2026>
- DISKOPUM. (2025). *Diskopum Jember Tampilkan Produk Unggulan pada Indonesia Ekonomi Kreatif Expo 2025 di Bali*. Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Jember. <https://diskopum.jemberkab.go.id/posts/diskopum-jember-tampilkan-produk-unggulan-pada-indonesia-ekonomi-kreatif-expo-2025-di-bali>
- Erwin, Judijanto, L., Yuliasih, M., Nugroho, M. A., Amien, N. N., & Mauliansyah, F. (2024). *Social Media Marketing Trends*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Eviyanti, N., Sunarni, Kalbuadi, A., Risal, T., Basyirah, Librianty, N., Rachmah, S. M., Lailla, N., Nuriyanti, W., Napitupulu, R. L., Putri, A. G., Harisandi, P., & Safria, D. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. PT KIMHSAFI ALUNG CIPTA.
https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_PEMASARAN/mLb4EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

- Fatimah, F., Tyas, W. M., & Qomariah, N. (2024). *RETAIL SERVICE, CUSTOMER EXPERIENCE DAN SWITCHING BARRIERS UMKM RITEL*. CV. AZKA PUSTAKA. https://www.google.co.id/books/edition/RETAIL_SERVICE_CUSTOMER_EXPERIEN CE_DAN_S/9fnwEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Fauziah, A. R., Rahwana, K. A., & Yuniar, E. S. (2025). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN BRAND TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY (Survei pada pengguna Marketplace Shopee di Kabupaten Tasikmalaya). *MUSYTARI*, 24(11).
- Hadi, M. Y. T., Ismunandar, & Hamidah, N. K. (2025b). Pengaruh Customer Engagement dan Customer Experience Terhadap Loyalitas pada Pelanggan JNE Cabang Bima. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 1017–1037.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif/qijKE AAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Harrigan, P., Evers, U., Miles, M. P., & Daly, T. (2018). Customer engagement and the relationship between involvement, engagement, self-brand connection and brand usage intent. *Journal of Business Research*, 88, 388–396. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.046>
- Hasan, S. (2025a). *Evolusi dan Dinamika Manajemen Pemasaran Era Digital*. CV Eureka Media Aksara. https://www.google.co.id/books/edition/Evolusi_dan_Dinamika_Manajemen_Pemasaran /zfOOEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Hazriyanto, Sari, A. P., & Afrinanda. (2025). *Strategi Pemasaran Digital* (A. Hanico (ed.)). CV. Gita Lentera. https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Pemasaran_Digital/_spOEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Helin, H., & Fadli, M. (2025b). Pengaruh Social Media Marketing dan Customer Experience terhadap Customer Loyalty pada Kedai Kopi Yong Bengkalis Pekanbaru. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1). <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2483>
- Hidayah, S. N., Alamanda, D. T., & Nurhayati, D. (2025). Pengaruh Customer Engagement Dan Customer Intimacy Terhadap Loyalitas Pelanggan Membership Channel Youtube “Mengkudu Official.” *Jurnal Edueco*, 8(2).
- Hidayat, R., Defit, S., & Yulasmi. (2025). *Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan: Perspektif Manajemen Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media. https://www.google.co.id/books/edition/MEMBANGUN_LOYALITAS_PELANGGAN _MELALUI_KE/HGyMEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Hilmy, M. Y., Afandi, Y., & Permatasari, I. R. (2025b). Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Senyum World Hotel. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(3), 1879–1883. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v5i1.17313>
- Kesa, D. D. (2025). *Pengantar Pemasaran Kontemporer*. Penerbit Salemba. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Pemasaran_Kontemporer/yppiEQAA QBAJ?hl=id&gbpv=0
- Kiseleva, E. M., Nekrasova, M. L., Mayorova, M. A., Rudenko, M. N., & Kankhva, V. S. (2016). The Theory and Practice of Customer Loyalty Management and Customer Focus in the Enterprise Activity. *EconJournals*, 6.

- KKBPRI. (2025). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*. Ekon.Go.Id. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th edition). In *Pearson Education*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing* (19th ed). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lae, A. M., Salean, D. Y., Dhae, Y. K. I. D. D., & Kurniawati, M. (2025). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Mr. D.I.Y Di Kota Kupang. *Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 6(1).
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Lyna, & Prasetyo, S. I. (2021). Pengaruh Website Quality, Customer Experience, dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop Lazada di Kota Surakarta. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 53–63. <http://journal.almatani.com/index.php/invest/index>
- Maliki, A. A. C. A., & Hadi, M. (2024b). Pengaruh Customer Experience Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pengguna Spotify Premium (Studi Pada Pengguna di kota Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 225–230. <https://doi.org/10.33795/jab.v10i1.465>
- Masdani, E., & Hemayani, A. D. (2022). Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Morgan, R., & Hunt, S. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *The Journal of Marketing*, 58, 20–38. <https://doi.org/10.2307/1252308>
- Muin, D. A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (cetakan 1). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Nugraha, K., Arief, Abdinagoro, S. B., & Heriyati, P. (2023). *Peran Incumbent Holding Effects dalam Praktik Bank Syariah di Indonesia*. Indonesia Emas Group.
- Nuryakin, R. A., Budiman, Istianah, Sugina, Hakim, M. H. R., Wiweko, A., Sirojudin, H. A., Noerhatini, P., As.ari, M. H. K., Annas, M., & Ernawati. (2025). *Manajemen Perusahaan Berbasis Digital*. Duta Sains Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_PERUSAHAAN_Berbasis_Digital/_VpHEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Olifia, S., Rajagukguk, S., & Ananda, A. (2022). Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Di Kalangan Remaja. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, XXVII(3), 251–266.
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (2nd ed). Routledge.
- Palmatier, R. W., Kumar, V., & Harmeling, C. M. (2017). *Customer Engagement Marketing*. Springer International Publishing.
- Pasaribu, V. L. D. (2025). *ECOMMERCE Menciptakan Daya Saing Melalui Informasi Teknologi*. PT Media Pustaka Indo. <https://media.neliti.com/media/publications/631848-ecommerce-menciptakan-daya-saing-melalui-e74e714f.pdf>
- Pattiasina, R. Y., Jen Surya, A. N., Saununu, S. J., Faisal, M., Yusriadin, Y., Arifin, H. M., Regar, E., Pamela, K., Sirait, R. M., Nova, S. M., & Kusmendar, K. (2025). *Manajemen UMKM di Era Digital*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_UMKM_di_Era_Digital/Z0IPEQAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Widina. https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_PEMASARAN/aPwXEQAAQ

- BAJ?hl=id&gbpv=0
- Raniya, R. F., Lubis, P. H., Kesuma, T. M., Tabrani, M., & Nizam, A. (2024). *Dampak Social Media Marketing dalam Kepercayaan Konsumen*. Syiah Kuala University Press. https://www.google.co.id/books/edition/Dampak_Social_Media_Marketing_dalam_Kepe/o2j-EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Romdoni, M. L., Husain, N. H., Hadikusumo, R. A., Susilo, L. H., Satrio Nugroho, B., Kamaluddin, Erwin, Yusuf, R. A., Wairisal, P. L., & Weipsa, S. (2025). *Transformasi Manajemen Pemasaran Dalam Era 4.0*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (D. I. T. Koryat (ed.); Cetakan 1). KBM INDONESIA.
- Sari, Y. P., Suharyat, Y., Graciafernandy, Sungkawati, E., Suwitho, Huda, E. Z., Luhglatno, Nursalim, A., Indrawat, M., Istiyanto, B., Sudirman, A., Prasetya, P., Menarianti, I., Polimpung, L. J. C., Susilawati, & Putri, D. E. (2024). *Loyalitas Pelanggan*. CV Eureka Media Aksara. https://www.google.co.id/books/edition/Loyalitas_Pelanggan/th-QEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Setiawati, L., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kesadaran Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ella Skin Care Di Cabang Gentan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*.
- Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research*, 117, 280–283. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.059>
- Simandalahi, E., & Hutasuhut, S. (2025). Pengaruh Sosial Media Marketing , Pengalaman , dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *YUME : Journal of Management*, 8(2), 1283–1291. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/yum.v8i1.8614>
- Siregar, I. S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (F. Hutari (ed.); cetakan ke). PT. Bumi Aksara.
- Siyoto, D. S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); Cetakan 1). Literasi Media Publishing.
- Sjukun, Sulfitri, V., Karya, D., Fauzar, S., & Risnawati. (2024). *Pemasaran Di Era Digital*. CV. Azka Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=uwkOEQAAQBAJ>
- Sudaryono. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori Dan Implementasi*. Andi Offset. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Teori_Dan_Implementa/U-wNEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (D. I. Sutopo (ed.); Edisi 2). Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Administrasi* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta.
- Supriyanto, B. eko. (2024). *Mendorong Pertumbuhan Ekonomi lewat KUR dan Insentif UMKM*. Direktorat Jenderal Perbendaharaan (DJPb) Kementerian Keuangan RI. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/watampone/id/profil/309-artikel/3796-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-lewat-kur-dan-insentif-umkm.html>
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). Pengaruh Persepsi Harga , Diskon , Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis (JAMIN)*, 5(1), 1–16.
- Suwardi, T. W., & Oktariswan, D. (2025). Pengaruh Customer Engagement , Brand Trust, Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan di Brand Executive. *MANABIS (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 4(2), 140–150. <https://doi.org/10.54259/manabis.v4i2.4434>
- Triharyanto, B. (2024). *Siasat Tepat Menguasai Pasar: Strategi Pemasaran Produk UMKM di Tengah Transformasi Digital*. Kreatifa Prima. https://www.google.co.id/books/edition/Siasat_Tepat_Menguasai_Pasar_Strategi_Pe/Lq

- ArEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Waluyo, M., Islami, mega cattleya prameswari annissaa, & Syaifullah, H. (2025). *Organisasi Dan Manajemen Perusahaan Untuk Teknik Industri (Fokus Bahasan SDM Industri Berharkat & Bermartabat Hingga Purna)* (diana purnama Sari (ed.)). Get Press Indonesia.
https://www.google.co.id/books/edition/ORGANISASI_DAN_MANAJEMEN_PERUSAHAAN_UNTU/SkSyEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Wibisono, B. (2023). *Ilmu Dasar Marketing: Segala Hal Tentang Sales Dan Marketing*. Anak Hebat Indonesia.
https://www.google.co.id/books/edition/Ilmu_Dasar_Marketing/UPTcEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Wulandari, C., Rizal, M., & Wahyunigtiyas, N. (2024). Pengaruh Customer Experience, Personalization, Customer Engagement Dan Online Customer Review Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pengguna Tiktok di Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 14(01).
- Yusuf, P. D. A. M. (2014). *Mertode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (cetakan 6). Kencana.
- Zhafira, T., Kinasih, D. D., & Hardilawati, W. L. (2023b). Pengaruh Customer Engagement Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Esl Express Cabang Soekarno Hatta Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1).
<https://doi.org/10.63822/vgk2fr35>

