

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego Setiawan, M., & Hermawan, D. (2022). Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Loyalitas Pelanggan RC Motogarage Bandung: Peran Pengalaman Pelanggan Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan*, XIII(1), 123–130.
- Adzhani, N. K., Hartoyo, H., & Simanjuntak, M. (2021). Analysis of Satisfaction and Loyalty with the Customer Experience Approach. *International Journal of Research and Review*, 8(3), 2454–2237.
- Andriasi, D. F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(2), 105–106. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/index>
- Apriasty, I., & E. Simbolon, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 135–145. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.21>
- Asnik Khuroidah, & Binti Maunah. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) Dalam Meningkatkan Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing) Pada Lembaga Pendidikan Islam (LPI). *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam*, 4(2), 156–167. <https://doi.org/10.15642/japi.2022.4.2.156-167>
- Audina, C., & Rakhman, A. (2023). Pengalaman dan Kepuasan Berpengaruh Positif terhadap Loyalitas Pelanggan Gofood di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 24–39. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i2.954>
- Ayes, Y. T., Hariyadi, G. T., Yovita, L., & Putra, F. I. F. S. (2024). Diferensiasi Produk, Eco-label, Dan Brand Awareness Sebagai Peran Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Produk Eiger. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 500–512. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2327>
- Bado, B. (2021). Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah. In *Pengantar Metode Kualitatif*.
- Bagus, G., & Dharma, A. (2024). *Pengaruh Promosi , Variasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada UD Saudara di Denpasar*. 4(11), 2001–2014.
- Chen, C.-C., Su, P.-R., Jiang, J.-S., & Lin, M.-H. (2022). Research on the impact of cultural

- and creative industry, experiential marketing on brand trust and customer loyalty. *The International Journal of Organizational Innovation*, 14(4), 295–309.
- Chinonyerem, I. M.-J. (2023). *Product Differentiation Strategies as a Competitive Tool in the Sales of Soft Drinks in Ebonyi State Senatorial Zone (A Study of RC Company Product)*. 8(7), 89–113.
- Elya Dasuki, R. (2021). Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 447–454.
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.710>
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 163.
<https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>
- Felix, A., Cerylsia, De Sheng, L., Hendra, M., Tjalani, R., & Colin, V. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital: Mengoptimalkan Uniqueness Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Common*, 7(2), 164–175.
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common>
- Firmansyah, M. A., Mahardhika, B. W., & Susanti, A. (2019). Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Hargaterhadap Keunggulan Bersaing Elzatta Royal Plaza Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2).
<https://doi.org/10.30651/blc.v16i2.3138>
- Gunawan, D., & Maftuchach, V. (2022). “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartphone Samsung.” *Portofolio: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 17–32.
- Gunawan, I., & Hasanah, H. (2019). Kuantitatif Imam Gunawan. *At-Taqaddum*, 8(1), 29.
- Hasan, G., Lim, J., Fernandes, N., Raymond, R., & Eddison, T. (2023). Analisa Penerapan Manajemen Hubungan Pelanggan Pada UMKM MM. Gemini di Kota Batam. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 747–752.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12506>
- Ghozali, L., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications Using SmartPLS 3.0 Program*. Semarang: Diponegoro University Publishing Agency.

- Hair, I. F., et al. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications, Los Angeles.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–3419/20. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., et al. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Practical Assessment, Research and Evaluation.
- Hair Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2021). *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization* (13th ed.).
- Jumawar, E., & Nurmartian, E. (2022). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY INDIHOME (Pada Pelanggan Indihome Area Gegerkalong). *Journal Competency of Business*, 5(02), 102–111. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i02.1094>
- Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Kokins, G., Straujuma, A., & Lapina, I. (2021). The role of consumer and customer journeys in customer experience driven and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc7030185>
- Kosalim, V., Goh, T. S., & Margery, E. (2019). Pengaruh Differensiasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Parewa Aero Catering Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 5(1), 53–65. <https://ejournal.pmci.ac.id/index.php/jbk/article/view/31>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (17th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.).
- Kristian, A. D. (2024). MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN Study Case : Bean Spot Palembang. 22(2), 259–277.
- Lee, K., & Yoo, J. (2019). How does open innovation lead competitive advantage? A dynamic capability view perspective. *PLoS ONE*, 14(11), 1–18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0223405>
- Lestari, D., & Bernika, C. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Essentieel Coffee Shop Di Bandung. *Transekonomika*:

- Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 449–468.
<https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.235>
- Lia, A., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 263–273.
<https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.788>
- Lionora, C. A., & Kusumawardhani, A. (2021). Determinan keunggulan bersaing. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 10(2), 118–132.
- Metodologi, R. :, Pada Bidang, P., Komputer, I., Teknologi, D., Konsep, I. (, Aplikasi, D., & Hasibuan, Z. A. (2019). *Metodologi Penelitian*. 1–13.
- Muhammad Daffa Rahmandika. (2022). *Pengalaman Pelanggan , Ulasan Pelanggan Keputusan Pembelian Ulang*. 01(1), 1–12.
- Nikmah, M., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Diferensiasi untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(1), 66–82. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v4i1.627>
- Ningsih, A., & Hurnis, D. (2023). Pengaruh Customer Experience, Customer Expectation Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty D' Besto Chicken & Burger. *Jesya*, 6(2), 2219–2229. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1240>
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Oktaviani, S., Putri, A. D., & Handayani, M. A. (2022). *Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Lazada)*. 2(1), 37–45.
- Pada, M., & Pandemi, M. (2020). *Surabaya, 09 Juli 2020*. 1(3), 124–129. Pantouvakis, A., & Gerou, A. (2022). The Theoretical and Practical Evolution of Customer Journey and Its Significance in Services Sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 14(15). <https://doi.org/10.3390/su14159610>
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Αγαν*, 15(1), 37–48.
- Pradana, M. A. I., & Achmad, N. (2023). Pengaruh Citra Merk dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada

- Konsumen Indomie di Surakarta. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 356–363.
<https://doi.org/10.37034/infv5i2.539>
- Pratama, F. C. (2019). Customer Relationship Management Sebagai Strategi Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Penggilingan Padi. *Ekonomi Bisnis*, 24(2), 80.
<https://doi.org/10.17977/um042v24i2p80-87>
- Pudyastuti, E., & Saputra, A. (2021). Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan di Masa Pandemi Covid-19. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 437–449.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.195>
- Rahmatullah, F., Wijayantini, B., & Wibowo, Y. G. (2023). Analisis RBV (Resources Based View) untuk Menentukan. *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, 1(2000), 1–17.
- Rahmawati, N., M. Ramdan, A., & Samsudin, A. (2019). Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 109–119.
<https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.684>
- Ramadhan, R. A., & Nasito, M. (2023). Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Operasional Perusahaan (Studi pada Brand Erigo di Marketplace Shopee). *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(02), 86–97. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Rather, R. A., & Hollebeek, L. D. (2021). Customers’ service-related engagement, experience, and behavioral intent: Moderating role of age. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60(February).
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102453>
- Rosmayani, R., & Mardatillah, A. (2021). Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Berbasis Inovasi dan Kearifan Lokal Pada Usaha Kecil dan Menengah Makanan Tradisional di Pekanbaru. *Dinamika Lingkungan Indonesia*, 8(2), 123.
<https://doi.org/10.31258/dli.8.2.p.123-128>
- Sabrina, H. L., Fahdillah, Y., Pangestu, M. G., Kartika, Y. D., & Yacob, S. (2024). Strategi Keunggulan Bersaing Umkm Brownmix: Integrasi Media Sosial Dan Inovasi Produk Dalam Studi Deskriptif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 29(2), 331–344.

<https://doi.org/10.35760/eb.2024.v29i2.10587>

- Safira, N., Sofyan, S., & Puspita, V. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerupuk Tui di Kota Bengkulu. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 4(3), 67–82. <https://doi.org/10.47467/visa.v4i3.3813>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Saputra, M. E., Sumiati, S., & Yuniarinto, A. (2023). The effect of customer experience on customer loyalty mediated by customer satisfaction and customer trust. *Journal of Economics and Business Letters*, 3(3), 27–37. <https://doi.org/10.55942/jeb1.v3i3.205>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2020). Handbook of Market Research. In *Handbook of Market Research* (Issue July). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Srimulyo, K., & Mardiyah, A. (2020). Pengaruh Emotional branding Terhadap Loyalitas Konsumen (Customer Loyalty) di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi Dan Komunikasi Kepustakawanan*, 10(2), 66. <https://doi.org/10.20473/jpua.v10i2.2020.66-82>
- Thongsri, N., & Chang, A. K. H. (2019). Interactions among factors influencing product innovation and innovation behaviour: Market orientation, managerial ties, and government support. *Sustainability (Switzerland)*, 11(10). <https://doi.org/10.3390/su11102793>
- Tintara, I. D. G. W., & Respati, N. N. R. (2020). The Effect of Product Differentiation, Service Differentiation, and Image Differentiationon Competitive Advantage. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 12, 316–321. www.ajhssr.com
- Toding, J. S., & Mandagi, D. W. (2022). Dimensi Brand Gestalt Sebagai Prediktor Kepuasan Pelanggan Dan Niat Membeli Ulang Pelanggan UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 9(3), 1167–1185.
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.

<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe>
[co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI](https://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)

- Villanueva, M. C. C., Alejandro, A. F., & Ga-an, M. L. L. P. (2023). Measuring the Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty of Selected Fast- Food Restaurants during the COVID-19 Pandemic. *Open Journal of Business and Management*, 11(03), 1181–1207. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.113066>
- Wiratama Putra, I. M. Y., & Wulandari Kusumadewi, N. M. (2023). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(9), 733. <https://doi.org/10.24843/eeb.2023.v12.i04.p14>
- Wulandari, E., & Murniawaty, I. (2019). Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi Di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 69–77. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.69-77>
- Yanti, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 268–283. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3774>