

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, H. F., & Indudewi, F. Y. R. (2022). *Pengaruh customer experience dimoderasi dengan brand image pada repurchase intention di instrumen aplikasi Bibit*. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 7(6), 680–690.
- Aditya, I. W. P., & Yasa, N. N. K. (2024). *The role of brand image in mediating the influence of social media marketing on purchase intention*. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 3(6).
- Aditya, H. F., & Indudewi, F. Y. R. (2022). Pengaruh customer experience dimoderasi dengan brand image pada repurchase intention di instrumen aplikasi Bibit. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 7(6), 680–690. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i6.2986>
- Ahyar, R. R., Khoiriawati, N., Hidayah, L., Malikah, B. I., & Rohmah, I. L. N. (2024). *Pengaruh suku bunga, jumlah uang beredar, kurs, dan pengeluaran pemerintah terhadap inflasi di Indonesia*. *WORLDVIEW: Jurnal Ekonomi Bisnis dan Sosial Sains*, 3(1), 1–10.
- Aisyah, S. (2022). *Analisis peranan auditor internal terhadap fungsi pemasaran pada Hotel Transit Syariah Medan*. *Accumulated Journal*, 3(2), 198.
- Anka, A. (2018). *Pengaruh citra merek dan kualitas jasa terhadap niat beli ulang konsumen pada Toserba Selamat Cianjur* (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).
- Anggraeni, E. D. (2020). *Pengaruh advertising dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian melalui brand image*. *INOBISS*, 3(3), 419–433.
- Apri Budianto. (2020). *Manajemen pemasaran*. Penerbit Ombak.
- Apriliani, D., Shalihah, N. B., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). *Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan*. *E-BISMA*.
- Arianto, B., & Sofyan, H. (2022). *Peran media sosial bagi penguatan bisnis UMKM*. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 6(2), 130–145.
- Arraniri, I., Manap, H. A., Mahalizikri, I. F., Suryati, Darnilawati, Saksono, H., & Hut, S. (2022). *Manajemen pemasaran*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik penyediaan makanan dan minuman 2023*.
- Barbu, C. M., Florea, D. L., Dabija, D. C., & Barbu, M. C. R. (2021). *Customer experience in fintech*. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1415–1433.

- Budi, R., Munzir, M., Hidayat, R., Aprianto, A., Komber, M. I. S., Dfinubun, Y., & Sohnu, S. (2025). *Peningkatan kapasitas bisnis industri kreatif*. Samakta, 2(2), 93–102.
- Chernev, A. (2020). *Strategic marketing management*.
- Cravens, D. W., & Piercy, N. F. (2017). *Strategic marketing (10th ed.)*. McGraw-Hill.
- Dalilah, N., & Prawoto, P. (2023). *Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan*. MAMEN, 2(2), 186–197.
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). *Memilih metode penelitian yang tepat*. Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen, 5(1), 287–292.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis. (2026). *Data usaha rumah makan dan restoran Kabupaten Ciamis tahun 2026*.
- Drucker, P. F. (1973). *Management: Tasks, responsibilities, practices*. Harper & Row.
- Dwiwijaya, K. A., Badruddin, S., Suprpto, A. T., Safari, B., Dewi, R., Prabowo, P. K., & Praswati, A. N. (2024). *Buku ajar pengantar manajemen*. Sonpedia Publishing.
- Fatma, N., Alimuddin, M., & Latiep, I. F. (2023). *Manajemen pemasaran era industri 4.0*. Nas Media Pustaka.
- Fayol, H. (2016). *General and industrial management*. Martino Publishing.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek*. Qiara Media.
- Gede, N., Sewakottama, R., Prawitasari, P. P., Tirtayani, I. G. A., & Ariwangsa, I. G. N. O. (2025). *Pengaruh sales promotion, customer experience, dan brand image terhadap repurchase intention*. Jurnal Bina Bangsa Ekonomika, 18(1), 711–728.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. CAPS.
- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen: Dasar, pengertian, dan masalah*. PT Bumi Aksara.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen pemasaran*. Samudra Biru.
- Huseynli, B., & Mammadova, S. (2022). *Determining the moderator role of brand image*. International Journal of Economics and Business Administration, 10(2), 59–77.
- IMARC Group. (2025). *Indonesia foodservice market report*.

- Imanullah, N., & Indrawati, I. (2025). *Assessing service quality, product quality, and brand image on repurchase intention*. IJSTM, 6(4).
- Invesp. (2023). *Customer retention: The ultimate guide*.
- Irawan, S., & Albari, A. (2023). *Promotions, discounts and service quality in repurchasing interest*. Devotion, 4(2).
- Katadata Insight Center. (2024). Top Brand Survey: Fast Food. <https://kic.katadata.co.id/>
- Keller, K. L. (2020). *Strategic brand management (5th ed.)*. Pearson.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management (16th ed.)*. Pearson.
- Lee, S., Han, H., Radic, A., & Tariq, B. (2020). *CSR as customer retention strategy*. Journal of Hospitality and Tourism Management, 45, 348–358.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). *Understanding customer experience*. Journal of Marketing, 80(6), 69–96.
- Mardalena, S. (2017). *Pengantar manajemen*. Deepublish.
- Marthadinata, S., & Ritonga, J. (2024). *Pengaruh social media Instagram dan citra merek*. KARIR, 3(1), 1–14.
- Mulyadi, W. W., & Winarso, W. (2020). *Pengantar manajemen*. Pena Persada.
- Nainggolan, F., & Hidayet, A. (2020). *Country of origin and brand image*. European Journal of Business and Management Research, 5(1).
- Nasermoadeli, A., Ling, K. C., & Maghnati, F. (2013). Evaluating the impacts of customer experience on purchase intention. International Journal of Business and Management, 8(6), 128–138. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n6p128>
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). *Dampak digital marketing dan brand image*. Creative Research Management Journal, 5(2).
- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Stephani, G. (2018). *Online customer experience and repurchase intention*. International Journal of Supply Chain Management, 7(5), 548–558.
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). *Kualitas produk dan minat beli ulang*. Fair Value, 4(Special Issue 3), 1651–1667.
- Sadikin, A. (2020). *Dinamika perilaku konsumen: Teori dan aplikasi*. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Schmitt, B. (2009). *Customer experience management*.

- Shaw, C., & Hamilton, R. (2016). *The intuitive customer*. Palgrave Macmillan.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2017). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior*. Pearson.
- Sugiyono. (2025). *Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Alfabeta.
- Sullivan, Y. W., & Kim, D. J. (2018). *Repurchase intention in e-commerce*. International Journal of Information Management, 39, 199–219.
- Sueni, N. K., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). *Pengaruh customer experience dan brand image*. Bisma, 10(3), 941–949.
- Sewakottama, N. G. R., Prawitasari, P. P., Tirtayani, I. G. A. dan Ariwangsa, I. G. N. O. (2025). *Pengaruh sales promotion, customer experience, dan brand image terhadap repurchase intention*. Jurnal Bina Bangsa Ekonomika. 18 (1): 711–728.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi.
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). *Customer experience dan repurchase intention*. Cakrawala Repositori IMWI, 3(1), 11–21.
- Yusuf, M., Julianingsih, D., & Ramadhani, T. (2023). *Transformasi pendidikan digital 5.0*. Jurnal MENTARI, 2(1), 11–19.
- Zulkifli, A. M. (2005). *Manajemen sistem informasi*. Gramedia.