



PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA LOCAL'S CAFE DI KOTA PALOPO

¹Hernisa, ²Amanda Rusdy, ³Asri, ⁴Amri, ⁵Arini Lestari Aris

¹²³⁴⁵Universitas Andi Djemma Palopo

Email: ¹hernisa211@gmail.com, ²amandarussy738@gmail.com, ³aasry5931@gmail.com,
⁴amri@unanda.com, ⁵ariniaris06@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 80 responden yang dipilih menggunakan teknik incidental sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Analisis data menggunakan program SPSS yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel. Analisis regresi menghasilkan persamaan $Y = 5,680 + 0,797X$, yang menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 8,965 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis penelitian diterima. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,507 menunjukkan bahwa *customer experience* mampu menjelaskan loyalitas pelanggan sebesar 50,7%, sedangkan 49,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, semakin baik pengalaman yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi dengan Local's Cafe, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Customer experience*; loyalitas pelanggan; cafe; pemasaran; perilaku konsumen.

Abstract: This study aims to analyze the effect of customer experience on customer loyalty at Local's Cafe in Palopo City. This research employed a quantitative approach. The sample consisted of 80 respondents selected using the incidental sampling technique. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires using a Likert scale. Data analysis was conducted using SPSS, including validity testing, reliability testing, simple linear regression analysis, t-test, and coefficient of determination (R^2). The results showed that all research instruments were valid and reliable. The regression analysis produced the equation $Y = 5.680 + 0.797X$, indicating that customer experience has a positive effect on customer loyalty. The t-test result showed a t-value of 8.965 with a significance level of $0.000 < 0.05$, indicating that the research hypothesis was accepted. The coefficient of determination (R^2) was 0.507, meaning that customer experience explained 50.7% of customer loyalty, while the remaining 49.3% was influenced by other variables outside the scope of this study. Therefore, the better the customer experience provided by Local's Cafe, the higher the level of customer loyalty.

Keywords: *Customer experience*; customer loyalty; cafe; marketing; consumer behavior.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap tempat makan yang tidak hanya menyediakan makanan dan minuman, tetapi juga memberikan kenyamanan dan pengalaman yang menyenangkan. Perubahan gaya hidup masyarakat menjadikan kafe sebagai tempat untuk bekerja, belajar, bersosialisasi, maupun menghabiskan waktu luang. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga pada pengalaman yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan. Pengalaman yang positif akan membentuk kepuasan dan kepercayaan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Customer experience merupakan keseluruhan persepsi pelanggan yang terbentuk dari setiap interaksi dengan perusahaan, mulai sebelum melakukan pembelian, selama proses pelayanan, hingga setelah transaksi selesai (Lemon & Verhoef, 2016). Pengalaman pelanggan dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, suasana tempat usaha, kemudahan transaksi, serta interaksi emosional yang tercipta antara pelanggan dengan perusahaan (Schmitt, 2020). Semakin baik pengalaman yang dirasakan pelanggan, semakin besar kemungkinan pelanggan melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan tetap memilih perusahaan dibandingkan pesaing (Rather, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *customer experience* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Mailia (2020) menyimpulkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena pengalaman yang baik mampu meningkatkan keterikatan pelanggan dengan perusahaan. Penelitian Susilawati et al. (2022) juga menemukan bahwa pengalaman pelanggan yang memuaskan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang serta mempertahankan hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Selain itu, penelitian Lae et al. (2025) menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Mr. DIY di Kota Kupang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Meskipun berbagai penelitian telah membuktikan pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan, penelitian tersebut umumnya dilakukan pada sektor ritel, toko modern, maupun perusahaan jasa lainnya. Penelitian mengenai pengaruh *customer experience* pada usaha kafe lokal, khususnya Local's Cafe di Kota Palopo, masih sangat terbatas. Selain itu, karakteristik pelanggan kafe berbeda dengan pelanggan ritel karena pelanggan tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk, tetapi juga suasana, pelayanan, kenyamanan, serta pengalaman emosional selama berada di kafe. Oleh karena itu, kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengujian pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo sebagai salah satu usaha kuliner lokal yang berkembang di tengah persaingan industri kafe.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan penelitian ini adalah apakah *customer experience* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo? Berdasarkan rumusan masalah tersebut, hipotesis penelitian yang diajukan adalah H₁: *Customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo.

TINJAUAN TEORI

A. *Customer Experience*

Dalam penelitian ini, *customer experience* diukur melalui pengalaman pelanggan yang memuaskan, kesan positif terhadap pelayanan, interaksi yang menyenangkan, serta nilai yang dirasakan pelanggan. Pengalaman yang memuaskan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas. Kesan positif terhadap layanan menggambarkan persepsi pelanggan terhadap sikap dan kualitas pelayanan yang diberikan. Interaksi yang menyenangkan mencerminkan kenyamanan pelanggan selama berinteraksi dengan karyawan maupun lingkungan usaha, sedangkan nilai yang dirasakan pelanggan menunjukkan manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Keempat indikator tersebut menjadi dasar dalam menilai pengalaman pelanggan terhadap Local's Cafe di Kota Palopo.

Dalam penelitian ini, *customer experience* diukur melalui pengalaman pelanggan yang memuaskan, kesan positif terhadap pelayanan, interaksi yang menyenangkan, serta nilai yang dirasakan pelanggan. Pengalaman yang memuaskan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas. Kesan positif terhadap layanan menggambarkan persepsi pelanggan terhadap sikap dan kualitas pelayanan yang diberikan. Interaksi yang menyenangkan mencerminkan kenyamanan pelanggan selama berinteraksi dengan karyawan maupun lingkungan usaha, sedangkan nilai yang dirasakan pelanggan menunjukkan manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Keempat indikator tersebut menjadi dasar dalam menilai pengalaman pelanggan terhadap Local's Cafe di Kota Palopo.

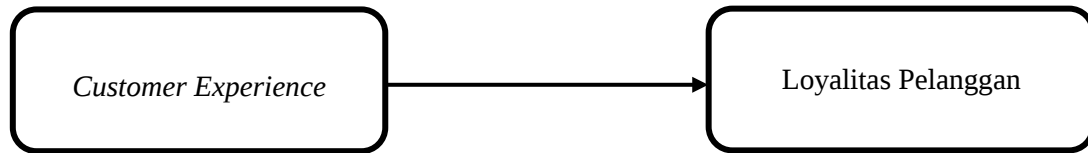
B. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa perusahaan dalam jangka panjang meskipun terdapat berbagai alternatif dari pesaing. Loyalitas menjadi salah satu tujuan utama perusahaan karena pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang, mempertahankan hubungan dengan perusahaan, dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Menurut Kotler dan Keller (2016), loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli kembali atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai pada masa mendatang meskipun terdapat pengaruh situasional maupun upaya pemasaran dari pesaing. Rather (2021) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terbentuk sebagai hasil dari pengalaman pelanggan yang positif dan konsisten sehingga mampu menciptakan keterikatan emosional terhadap suatu merek. Selain itu, Wallstrom, Lidholm, dan Sundstrom (2023) menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan perusahaan melalui pembelian ulang secara konsisten dan preferensi terhadap suatu merek.

Dalam penelitian ini, loyalitas pelanggan diukur melalui pembelian ulang, keinginan pelanggan untuk tidak mudah berpindah ke pesaing, kesediaan merekomendasikan Local's Cafe kepada orang lain, serta sikap positif pelanggan terhadap perusahaan. Pelanggan yang memiliki

loyalitas tinggi akan menunjukkan perilaku pembelian yang berulang, tetap memilih perusahaan meskipun terdapat banyak pilihan lain, serta memberikan rekomendasi positif kepada calon pelanggan berdasarkan pengalaman yang mereka rasakan.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan menguji hubungan antarvariabel melalui pengolahan data numerik yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Penelitian dilaksanakan di Local's Cafe yang berlokasi di Jalan Anggrek, Kelurahan Tompotikka, Kecamatan Wara, Kota Palopo. Waktu penelitian direncanakan berlangsung selama dua bulan, yaitu pada bulan April hingga Mei 2026.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Local's Cafe Kota Palopo. Teknik pengambilan sampel menggunakan incidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, di mana setiap pelanggan yang ditemui peneliti dan memenuhi kriteria sebagai responden dapat dijadikan sampel penelitian. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat Hair et al., yaitu minimal sepuluh kali jumlah indikator penelitian. Karena penelitian ini memiliki delapan indikator, maka jumlah sampel yang digunakan sebanyak 80 responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi serta aktivitas pelayanan di Local's Cafe. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi pendukung dari pihak yang terkait dengan penelitian. Sementara itu, kuesioner disebarkan kepada responden menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari skor 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga skor 5 (Sangat Setuju), untuk mengukur tanggapan responden terhadap indikator variabel *customer experience* dan loyalitas pelanggan.

Jenis data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen lain yang berkaitan dengan *customer experience* dan loyalitas pelanggan.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Tahapan analisis diawali dengan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan tanggapan responden terhadap setiap indikator penelitian. Selanjutnya dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan persamaan:

$$Y = a + bX + e \dots\dots\dots(1)$$

Di mana Y merupakan loyalitas pelanggan, X merupakan *customer experience*, a adalah konstanta, b adalah koefisien regresi, dan e adalah error. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan secara parsial dengan tingkat signifikansi 5%. Selain itu, digunakan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi *customer experience* dalam menjelaskan variasi loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo. Data dikumpulkan melalui metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 80 pelanggan yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Local's Cafe, tanpa mencantumkan identitas pribadi untuk menjaga kerahasiaan responden. Kuesioner terdiri atas dua jenis pernyataan, yaitu pernyataan terbuka untuk mengumpulkan data demografis responden yang meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan, serta pernyataan tertutup untuk mengukur tanggapan responden terhadap variabel *customer experience* dalam kaitannya dengan loyalitas pelanggan, dengan alternatif jawaban dan skor yang telah ditentukan oleh peneliti.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Kategori	Sub-Kategori	Jumlah Responden	Persentase %
Jenis Kelamin	Pria	54	68%
	Wanita	26	32%
Usia	< 20 Tahun	22	27%
	20-30 Tahun	58	73%
	31-40 Tahun	0	0%
	> 40 Tahun	0	0%
Pendidikan	Tidak Tamat SD	0	0%
	Tamat SD	0	0%
	Tamat SLPT	4	5%
Pekerjaan	Tamat SLTA	58	58%
	Tamat Diploma	1	1%
	Tamat S1	17	21%
	Tamat Pascasarjana	0	0%

A. Uji Regresi Sederhana

Uji regresi linear sederhana merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan sejauh mana *customer experience* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo. Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan antara kedua variabel penelitian sekaligus membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan. Proses pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) sehingga hasil analisis dapat diperoleh secara akurat dan selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan proses analisis serta interpretasi data.

B. Uji T

Tabel 2. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,680	3,033		1,873	,065
	<i>Customer Experience</i>	,797	,089	,712	8,965	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diketahui bahwa variabel *customer experience* (X) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05, dengan nilai t hitung sebesar 8,965 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,010. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *customer experience* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan diterima.

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel tersebut, diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 5,680 dan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,797. Sehingga persamaan regresi linear sederhana yang diperoleh adalah:

$$Y = 5,680 + 0,797X + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai *customer experience* dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai loyalitas pelanggan sebesar 5,680. Selanjutnya, koefisien regresi sebesar 0,797 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *customer experience* akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,797, dengan asumsi variabel lain tetap. Oleh karena itu, semakin baik *customer experience* yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan terhadap Local's Cafe di Kota Palopo.

C. Uji Koefisien Determinasi (R²)Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,712 ^a	,507	,501	3,24291

a. Predictors: (Constant), *Customer Experience*

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai R sebesar 0,712 yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel *customer experience* dengan loyalitas pelanggan berada pada kategori kuat. Selanjutnya, nilai R Square (R^2) sebesar 0,507 menunjukkan bahwa variabel *customer experience* mampu menjelaskan sebesar 50,7% variasi loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo. Sementara itu, sisanya sebesar 49,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, citra merek, lokasi, maupun faktor-faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *customer experience* memberikan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo.

D. Pembahasan

Pengaruh *Customer Experience* terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, *customer experience* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 8,965 lebih besar dari t tabel sebesar 2,010, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima, sehingga *customer experience* memiliki pengaruh nyata terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil analisis regresi linear sederhana juga menunjukkan persamaan $Y = 5,680 + 0,797X + e$, yang berarti setiap peningkatan *customer experience* sebesar satu satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,797, dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman yang dirasakan pelanggan selama berkunjung ke Local's Cafe, seperti pelayanan yang ramah, kenyamanan suasana, kemudahan berinteraksi, serta pengalaman positif yang diperoleh, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, merekomendasikan café kepada orang lain, dan tetap memilih Local's Cafe dibandingkan dengan café lainnya.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa *customer experience* merupakan faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Pengalaman yang positif akan menciptakan kepuasan, kepercayaan, serta ikatan emosional yang mendorong pelanggan untuk tetap setia terhadap suatu usaha. Oleh karena itu, Local's Cafe perlu terus meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan melalui pelayanan yang konsisten, suasana café yang nyaman, serta kualitas produk yang baik agar loyalitas pelanggan dapat terus meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo, dapat disimpulkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel *customer experience* mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,507, yang berarti bahwa 50,7% variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *customer experience*, sedangkan 49,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa *customer experience* merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi loyalitas

pelanggan, sehingga semakin baik pengalaman yang dirasakan pelanggan selama berkunjung ke Local's Cafe, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel *customer experience* (X) memperoleh nilai t hitung sebesar 8,965 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 2,010, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Local's Cafe di Kota Palopo, sehingga hipotesis penelitian diterima. Persamaan regresi linear sederhana yang diperoleh yaitu $Y = 5,680 + 0,797X + e$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan *customer experience* akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,797. Oleh karena itu, Local's Cafe diharapkan terus meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan melalui pelayanan yang ramah, suasana yang nyaman, kualitas produk yang baik, serta interaksi yang positif dengan pelanggan agar loyalitas pelanggan dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F., Kim, W. G., & Ryu, K. (2020). *The effect of physical environment on customer experience. International Journal of Hospitality Management*.
- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). *Customer experience: fundamental premises and implications for research. Journal of the academy of marketing science*, 48(4), 630-648.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2020). *Brand experience and its impact on loyalty. Journal of Marketing*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2021). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Jossey-Bass.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2020). *Multivariate Data Analysis*. Pearson.
- Homburg, C., Jozić, D., & Kuehnl, C. (2020). *Customer experience management: Toward implementing an evolving marketing concept. Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Kandampully, J., Zhang, T., & Jaakkola, E. (2021). *Customer experience management in hospitality. International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Kim, J., Kim, I., & Kim, J. (2021). *The effect of customer experience on customer loyalty. Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Klaus, P. (2021). *Measuring customer experience quality. Service Industries Journal*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- _____. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lae, A. M., Salean, D. Y., Dhae, Y. K., & Kurniawati, M. (2025). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Mr. DIY Di Kota Kupang. GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 6(1), 79-86.

- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2020). *Understanding customer experience throughout the customer journey. Journal of Marketing.*
- Mailia, J. (2020). *Pengaruh customer experience terhadap loyalitas pelanggan o'chicken gobah ditinjau dari ekonomi syariah* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Oliver, R. L. (2020). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. Routledge.*
- Rather, R. A. (2021). *Customer experience and customer loyalty: A study in service sector. Journal of Business Research.*
- Schmitt, B. (2020). *Customer Experience Management. New York: Free Press.*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.*
- _____. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- _____. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). Pengaruh persepsi harga, diskon, dan customer experience terhadap loyalitas pelanggan produk fashion Shopee. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 1-16.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.*
- Verhoef, P. C., et al. (2021). *Customer experience creation: Determinants and dynamics. Journal of Retailing.*