

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, R. (2020). *7 Langkah Mudah Membangun Web Dinamis Menggunakan PHP For Beginner*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2023). *Theory of Reasoned Action (TRA)*.
- Al-Marroof, R. S., et al. (2021). *Kajian mengenai Sikap terhadap Perilaku di era modern*.
- Al-Okaily, M., et al. (2022). *Kajian mengenai Kualitas Informasi dan Ketidakpastian Pelanggan*.
- Anjani, D. D., & Tresnati, R. (2021). *Pengaruh Brand Awareness Dan Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Pada Sate Cak Ahmad (Survey Konsumen Cak Ahmad di Kota Bandung)*.
- Baparekraf. (2023). *Laporan Opus Ekonomi Kreatif Indonesia 2023*.
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2023). *Dimensi Usability dalam Sistem Pemesanan Mandiri*.
- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). *Customer Experience sebagai respons kognitif, emosional, dan perilaku dalam Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Chen, C. F., & Myagmarsuren, O. (2020). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas*.
- Cheung, M. L., et al. (2021). *Kesadaran Merek sebagai "Jangkar" dalam Memori Konsumen*.
- Creswell, J. W. (2023). *Teori dan Literatur dalam Hipotesis Penelitian*.
- Febrianto. (2023). *Studi mengenai Kejenuhan Pelanggan Mie Gacoan terhadap Iklan*.
- Foroudi, P. (2020). *Kesadaran Merek di Era Digital dalam Journal of Business Research*.
- Foroudi, P. (2022). *Pengaruh Brand Awareness terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Journal of Business Research*.
- Frow, P., et al. (2021). *Value Co-creation dalam Hubungan Emosional Konsumen*.

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.
- Gunawan, et al. (2022). *Pengertian dan Operasional Webqual*.
- Hair, J. F., et al. (2021). *Analisis Regresi Linear Berganda*.
- Han, H., & Kim, W. (2022). *Kualitas Produk dan Konsistensi SOP*.
- Hapsari, R., et al. (2022). *Fenomena Churn Rate dalam Industri Kuliner*.
- Kotler, P. (2021). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management (16th Edition)*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2021). *Mengelola Pengalaman Pelanggan secara Efektif*.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2022). *Peran Media Sosial dalam Pemasaran Modern*.
- McLean, G., et al. (2022). *Implementasi WebQual dan Aspek Sentuhan Manusia*.
- Prabowo & Nugroho. (2021). *Pengalaman Menarik dalam Industri Makanan*.
- Pradhita, R. (2022). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*.
- Pratiwi & Susanto. (2023). *Tren Makanan Pedas dan Minat Pelanggan*.
- Prehanto. (2020). *Website sebagai Sistem Informasi berbasis Hyperlink*.
- Puspita. (2024). *Survei Licorice mengenai Preferensi Makanan Pedas di Indonesia*.
- Qastalano, et al. (2024). *Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*.
- Rahmawati & Sari. (2022). *Inovasi Produk dan Media Digital dalam Kuliner*.
- Rahmawati & Suroso. (2023). *Adaptasi Transaksi Nontunai dan Metode Pembayaran Digital*.
- Ramdhan. (2021). *Asumsi Awal dalam Hipotesis*.
- Rusdiana & Irfan. (2022). *Definisi Website dan Informasi Multimedia*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2023). *Research Methods for Business*.
- Setiawan. (2022). *Teknik Statistik dalam Uji Hipotesis*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2021). *Asosiasi Konsumen dalam Brand Awareness*.

- Ting, et al. (2022). *Niat Perilaku sebagai Prediktor Tindakan Konsumen*.
- Tusyah. (2022). *Indikator-indikator Customer Experience*.
- Valaei, S., & Baroto, M. B. (2021). *Pengaruh Media Sosial terhadap Norma Subjektif*.
- Voorhees, C. M., et al. (2021). *Pengalaman Seamless dalam Omnichannel*.
- Wardani, M., Wibowo, B. Y., & Setyawan, N. A. (2021). *Analysis of Mie Gacoan Customer Loyalty Through Customer Experience and Perceived Quality*.
- Widiyanto, et al. (2021). *Antarmuka Intuitif dan Kenyamanan Transaksi*.
- Wooldridge, J. (2020). *Kriteria Pengujian Multikolinearitas (VIF)*.
- Zeithaml, et al. (2020). *Loyalitas Pelanggan dan Keyakinan Konsumen*.