

DAFTAR PUSTAKA

- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Mohr, L. A. (2020). *Sudut pandang karyawan. Jurnal Pemasaran*, 58(4), 95–106.
- Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Manajemen Hubungan Pelanggan: Konsep dan Teknologi* (edisi ke-4). Routledge.
- Dabholkar, P. A., & Bagozzi, R. P. (2022). Model sikap layanan mandiri berbasis teknologi: Memoderasi efek sifat konsumen dan faktor situasional. *Jurnal Akademi Ilmu Pemasaran*, 30(3), 184–201.
- Grönroos, C. (2020). *Manajemen Layanan dan Pemasaran: Mengelola Logika Keuntungan Layanan* (edisi ke-5). Wiley.
- Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2019). Keterlibatan merek konsumen di media sosial: Konseptualisasi, pengembangan skala, dan validasi. *Jurnal Pemasaran Interaktif*, 46, 149–165.
- Klaus, P., & Maklan, S. (2021). Menuju pengukuran pengalaman pelanggan yang lebih baik. *Jurnal Riset Pasar Internasional*, 55(2), 227–246.
- Komunda, M., & Osogo, J. (2018). Pemulihan layanan dan kepuasan pelanggan: Bukti dari industri perbankan. *Jurnal Manajemen Layanan*, 23(4), 512–528.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip Pemasaran* (edisi ke-17). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-15). Pearson Education.
- Kumar, V., & Pansari, A. (2019). Keunggulan kompetitif melalui keterlibatan. *Journal of Marketing Research*, 53(4), 497–514.

Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Manajemen Hubungan Pelanggan: Konsep, Strategi, dan Alat* (edisi ke-3). Springer.

Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). Eksplorasi tematik pemasaran digital, media sosial, dan seluler: Evolusi penelitian dari tahun 2000 hingga 2015 dan agenda untuk penyelidikan di masa mendatang. *Journal of Marketing*, 80(6), 146–172.

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Memahami pengalaman pelanggan di seluruh perjalanan pelanggan. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2021). Memahami pengalaman pelanggan dan perjalanan pelanggan: Tinjauan dan arah masa depan. *Journal of Retailing*, 94(3), 269–285.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2023). *Pemasaran Layanan: Orang, Teknologi, Strategi* (edisi ke-9). World Scientific Publishing.

Oliver, R. L. (2015). *Kepuasan: Perspektif Perilaku Konsumen* (edisi ke-2). Routledge.

Rust, R. T., & Huang, M. H. (2019). Revolusi layanan dan transformasi ilmu pemasaran. *Marketing Science*, 33(2), 206–221.

Sulaiman, Y., dkk. (2019). Perilaku konsumen di era digital: Studi tentang tren pasar Indonesia. *Journal of Business and Retail Management Research*, 13(4), 45–56.

Van Doorn, J., dkk. (2021). Perilaku keterlibatan pelanggan: Landasan teoretis dan arah penelitian. *Journal of Service Research*, 13(3), 253–266.

Verhoef, P. C., Lemon, K. N., & Parsons, A. (2020). Penciptaan pengalaman pelanggan: Faktor penentu, dinamika, dan strategi manajemen. *Journal of Retailing*, 85(1), 31–41.

Wedel, M., & Kannan, P. K. (2016). Analisis pemasaran untuk lingkungan yang kaya data. *Journal of Marketing*, 80(6), 97–121.

White, K., dkk. (2019). Peran keberlanjutan dalam perilaku konsumen: Tinjauan dan agenda penelitian. *Journal of Consumer Psychology*, 29(2), 314–330.

