

DAFTAR PUSTAKA

Almanaf. (2015). Analisa Cacat Dan Kegagalan Produk Pada Vulkanisir Ban Sistem Dingin. Proposal skripsi. FT, Teknik Mesin S1, Universitas Riau

Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: Fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48 (4), 630–648

Bernard, G and Andritsos, P. (2017). A Process Mining Based Model for Customer Journey Mapping. Caise 2017 Forum and Doctoral Consortium Papers. 8 pages.

Botha, C. (2020). Customer Journey Mapping (2020). 390 pages.

Bustamante, J. C., and Rubio, N. (2017). Measuring Customer Experience in Physical Retail Environments. *Journal of Service Management*. 32 pages.

Clinehens, Jennifer L. (2018). Creating a customer experience that sings. in creating a cx that sings. Vol. 93. 170 pages.

D, Achmad. (2019). Identifikasi Dan Analisis Risiko Operasional Pada Divisi Produksi Perusahaan Vulkanisir Ban Menggunakan Metode Risk Management Dengan Pendekatan Fmea Dan Fta (Study kasus: CV. Citra Buana Mandiri Surabaya) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).

Darmawansyah, I., & S, Sismiati. (2021). Pengembangan dan Perancangan Perjalanan Pelanggan dan Sistem Informasi Penjualan pada Coffee Shop Frekuensi Kopi. *judicious*, 2(2), 219-225.

Fandy, T. (2008) .Strategi Pemasaran. Edisi III. Yogyakarta: Andi Offset.

Handayani, S, L dan A, Syarifudin. (2022). Pengaruh kualitas layanan, harga dan relationship marketing terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi gojek. Pada mahasiswa manajemen. Universitas Pelita Bangsa. Volume 11 Nomor 2 : 298-313, ISSN: 2085-9996

Hatane, Samuel & D, Dhamayanti. (2013). Pengaruh Customer Experience Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya : Perspektif B2C. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Universitas Kristen Petra.

Hazzelia, D. R., & D, Purnomo. (2021). Strategi Pengembangan Produk pada Startup Trafeeka Coffee dengan Penambahan Rempah sebagai Variasi Rasa. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 5 (2), 442-456

Indrasari, M, D. (2019). Pemasaran dan Kepuasan pelanggan. Unitomo Press : Surabaya. 978-623-91788-2-6

Ismail, A. & S, Yusrizal. (2016). Service Quality As A Predictor Of Customer Satisfaction And Customer Loyalty. LogForum, 12 (4), 269-283.

Kamim, Anggalih, B, M & K, M, Rusmul. (2019). Gojek dan Kerja Digital : Kerentanan dan Ilusi Kesejahteraan yang Dialami Oleh Mitra Pengemudi Dalam Kerja Berbasis Platform Digital. Jurnal Studi Pemuda. Vol. 8, (No. 1), pp. 69.

Keiningham, Timothy, Aksoy, Lerzan, Bruce, Helen, L, Cadet, Fabienne, Clennell Natasha, Hodgkinson, Ian R dan K, Treasa. (2020). Customer experience driven business model innovation," Journal of Business Research, Elsevier, vol. 116(C), pages 431-440.

Khatherin, N, L & P, C, Verhoef. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. Vol 80

Kolonio, J & S, Djurwati. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust dan Consumer Satisfaction terhadap Consumer Loyalty pada CV Sarana Marine Fiberglass. Jurnal EMBA Vol. 7, No. 1, pp.14-25.

Kotler, P & K, L, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran (13th ed.). Jakarta: Erlangga

Kumar, A and B, Anjaly. (2017). How To Measure Post-Purchase Customer Experience In Online Retailing? A Scale Development Study. International Journal of Retail and Distribution Management.

Lemon, K, N and P, C, Verhoef. (2016). Understanding Customer Experience Throughout The Customer Journey. *Journal of Marketing*.

Moon, H. Han, S. H. Chun, J and S, W, Hong. (2016). A Design Process for A Customer Journey Map: A Case Study On Mobile Services. *Human Factors and Ergonomics In Manufacturing*. 14 pages.

Muntamah, S & D, Mulyanti. (2023). Penerapan Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Ternak Ayam Dalam Perspektif Teoritis. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(2), 53-61.

Nici, E. (2017). Investigating the Pre-Purchase Phase of the Customer Journey.

Rahmalia, N & D, Tricahyono. (2020). Analisis Customer Journey Mapping Untuk Meningkatkan Customer Experience Pada Aplikasi Mobile E-Commerce Dengan Menggunakan Metode Diary Study (Studi Pada Aplikasi Mobile E-Commerce Shopee). *eProceedings of Management*, 7 (3).

Rony, P & M, I, Zoelangga. (2019). Pengembangan Produk Power Charger Portable dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Rekayasa Sistem industri*. Vol 8, No 1

Rumondang, A. Sudarso, A. Napitupulu, D. Setiawan, Y, B. Kurniullah, A, Z., & S, Purba. (2020). *Service Management*.

Saputra, E, A dan N, A, Mahbuba. (2021). Analisis Seven Tools pada pengendalian Kualitas Proses Vulkanisir Ban 1000 Ring 20 di CV Citra Buana Mandiri Surabaya : String (satuan tulisan riset dan inovasi teknologi). Vol. 5 No. 3

Solomon, M. R. (2018). Consumer behavior: buying, having and being. In *tourism culture & communication*. Pearson Education. 12th edition, Vol. 11. 621 pages.

Stanton, W, J. (2009), *Prinsip Pemasaran*,. jilid I, Jakarta: Erlangga.

Sumadi, S. Tho'in, M. Efendi, T, F & Permatasari (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*

Sunanto, A. (2013). Analisis cacat produk ban vulkanisir jenis truk dan bus pada cv. sigma jaya surakarta. Jurnal Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret

Supertini, N, P, S. Telagawathi, N, L, W, S dan N, N, Yulianthini. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pusaka kebaya di singaraja. Vol 2, No 1, : 2685-5526

Theopilus, Y. Yogasara, T. Theresia, C. & D, Ardine. (2021). Customer experience analysis of cosmetics retail store on millennial women. Engineering Management in Production and Services, 13(2), 29-45.

Tinneke E, M, S. Grace, J, S dan A, F, Kawulur. (2019). Manajemen Pengembangan Bisnis (Pengembangan Empirik pada Tibo-tibo Perempuan Nelayan. R.A.De.Rozarie. 978-602-1176-69-6

Wafiah & Kautsar (2022). Customer journey mapping pada pengguna produk perawatan kulit (Studi pada Konsumen Produk Avoskin).

Wahyuningtyas, S. Y. (2016). The online transportation network in Indonesia: A pendulum between the sharing economy and ex ante regulation. Competition and Regulation in Network Industries, 17(3– 4), 260–280. <https://doi.org/10.1177/178359171601700304>

Wolny, J and N, Charoensuksai. (2014). Mapping Customer Journeys in Multichannel Decision-Making. Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice