

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, L. (2017). *Pengantar Sejarah Dan Konsep Estetika*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 146-150.
- Ali, M. H., Wahyudi, M. T., & Yuni K, K. C. (2023). Strategi Brand Experience Untuk Memenangkan Persaingan Dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Aladeen Coffee. *Edunomika*, 08(01), 1-7.
- Al-Quran dan Terjemahannya, edisi Kementrian Agama (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2015).
- Andriyanti, J. R. (2019). Peran Keunggulan Kompetitif Dalam Memoderasi Kemampuan Manajerial Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Industri Kecil Menengah (IKM) Mebel Di Kabupaten Jepara.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman Food and Beverage Service Activities Statistic 2023: Volume 7* [PDF]. Diakses dari <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/23/f2c7743c4712aaeaa4abf694/statistik-penyediaan-makanan-dan-minuman-2023.html>. Diakses pada 23 Juni 2025
- Chow, D. V., Suandri, H., Herman, Angelika, P., & Ricky. (2023). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dengan Memilih Strategi Tingkat Bisnis yang Tepat. *Public Service And Governance Journal*, 4(1), 116-123.
- Ernawati, Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Sinambela, E. A. (2022). Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(2), 144-153.
- Fauzi, D. I., & Ghofur, A. (2021). Pengaruh Komunikasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Fit And Health Indonesia Cabang Cilandak Jakarta Selatan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 444-452.

- Fatyandri, A. N., Fiona, Fernando, R., Wijaya, R. C., Alexandro, W., & Agustian, W. (2023). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Dengan Memilih Strategi Tingkat Bisnis Yang tepat. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 230-236.
- Gumilang, P. B., Listyorini, S., & Ngatno. (2022). pengaruh Perceived Quality Dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi pada Yamaha Flagship Shop (FSS) Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 420-432.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriyani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Ibnu El-Mubhar Berdakwah dan Beramal Dengan Ilmu. (2011, November 16). Diakses dari <https://mubhar.wordpress.com/2011/11/16/allah-menyukai-keindahan-kajian-hadis/>. Diakses pada 24 Juni 2025
- Lahmuddin, Nasution, A. P., & Siregar, N. A. (2023). Bussiness Paradigm Through Brand Experience as A Business Concept (Case Study On J.Co Suzuya Mall Rantauprapat). *Journal od Humanities and Social Sciences Innovation*, 3(3), 495-504.
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 111-118.
- Muliyani, E., & Zaini, M. (2024). Pengaruh Brand Experience, Brand Personality, Dan Brand Equity Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sepatu Merek Converse. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4456-4466.
- Natalia, D., Magdalena, E., Pranata, A., & Wijaya, N. J. (2022). Filsafat dan Estetika Menurut Arthur Schopenhauer. *Jurnal Musik dan Pendidikan Musik*, 3(2), 61-77.

- Nurhayati, S. (2014). Membangun Kepemimpinan Yang Efektif Untuk Meraih Keunggulan Kompetitif Organisasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(02), 21-27.
- Nurhayati, S. (2020, September). Pengaruh Brand Trust, Brand Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, VII(2), 36-46.
- Prihatin, L., Heriana, T., & Bilyastuti, M. P. (2024). Penguatan Taman Wisata Alam "Sendang Bulus" Desa Pager Bungkal Ponorogo Berbasis Estetika yang Instagramable. 57-73.
- Ramdani, A. (2012). *Al-Quran dan Terjemah New Cordova*. Bandung: Syaamil quran.
- Ranti, G., & Arslan, R. (2024). Pengaruh Brand Trust, Brand Experience, dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty pada Aplikasi Pesan Instant Line Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Line Generasi Z). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 2294-2312.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Saraswati, R. D., & Kiswari, M. N. (2017). Kajian Estetika Lingkungan Kampung Pelangi Studi Kasus: Jalan Lingkungan Kampung Pelangi Gg. VI. 59-66.
- Setyorini, Z. M., & Dirgantari, P. D. (2024). Analisis Pemanfaatan *Brand Experience* dalam Menciptakan Brand Loyalty pada Bisnis Rollneeds. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 3(2), 234-240.
- Simangunsong, Y. I., Panggabean, S., & Bangun, K. (2022). Analisis Nilai-Nilai Estetika, Etika, dan Karakter dalam Novel Ladang Perminus Karya Ramadhan K.H. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 16477-16491.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Susanti, A., Triana Dewi, P. S., & Adnyana Putra, W. Y. (2021). Desain Interior Coffe Shop di Denpasar dan Loyalitas Konsumennya: Generasi Y dan Z. *Jurnal Ilmiah Desain Interior*, 7(1), 1-17.

- Syahfitri, D. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing (Studi Pada Pelanggan TIX.ID Di Yogyakarta).
- Widagdo, S., Rachmaningsih, E. K., & Handayani, Y. I. (2019). *Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas dan Sumberdaya*. Jember: Mandala Press.
- Widajanti, E. (2014). Peran Strategi Operasi Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Bagi Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 14(1), 77-90.
- Yupardhi, T. H., & Noorwatha, I. D. (2019). Instagramable Interior: Studi Preferensi Tampilan Estetik dan Kreatif Interior Tempat Kuliner untuk Generasi Milenial (*Instagramable Interior: Aesthetics Appeal Preference Study Of Culinary Places Interior For Millenial Generation*). 46-55.