

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran* (7th ed.). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Abubakar, Rusydi. (2018). *Manajemen pemasaran* (1th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Adisaputro, Gunawan. (2019). *Manajemen Pemasaran: Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Dasar dan Konsep* (Q. Media (ed.); 1st ed., Issue June). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Buku Partial Least Squares, Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Smartpls 3.2.9* (3rd ed.). Semarang: Diponegoro, Universitas.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial* (1st ed.). Bandung: Pustaka Setia.
- Rerung, R. R. (2018). *E-commerce: Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Savitri, C., Faddila, S. P., Irmawartini, & Iswari, H. R. (2021). *Statistik Multivariat Dalam Reset* (I. Ahmaddien (ed.); 1st ed.). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (6th ed.). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (26th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mix Methods)* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.

Tjiptono. (2016). *Jasa, Layanan dan Kepuasan* (4th ed.). ANDI.

JURNAL:

Cindy Mahardika Sari, A. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa STESIA Surabaya)*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(Mei), 17.

Erdiana, A. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Experiential Marketing*. 301–312

Febrini, I. Y., Widowati PA, R., & Anwar, M. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta*. 10(1), 35–54.

Fajryanti, V., & Farida, N. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Persepsi Nilai Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan (Studi Pada Penumpang Kereta Api Argo Bromo Anggrek)*. 1–8.

Indriani, N. R., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Experiential Marketing Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pada Wisata Pulau Merah Banyuwangi*. *Riset Manajemen*, 08.

Ismawati, C. (2020). *Penerapan Strategi Promotion Mix Monas Laundry*. *UIB Repository*.

Kharolina, I., & Transistari, R. (2021). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Kosnumen Sebagai Variabel Intervening*. 2(2), 185–196.

Klotok, K. (2019). *Marketing Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung*. 10(1), 35–54.

Nobmadella, O., & Nurhadi. (2021). *Analisis Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi Experiential Marketing dan Kepuasan terhadap Loyalitas*. *Jurnal Perkeretaapian Indonesia*, V(1), 1–10.

Octaviana, R. A., & Nugrahaningsih, H. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Meratus Line Jakarta)*. *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 6(2), 57–72.

Putra Setiawan, B., & Frianto, A. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi*

Krian). BIMA : Journal of Business and Innovation Management, 3(3), 352–366.

Riyanto, A. (2018). *Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Pdam Cibadak Sukabumi*. *Ecodemica*, 2(1), 117–124.

Saputra, E. (2022). *Minat Beli Ulang Dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pada Pengguna Shopee Mahasiswa UNIKA MUSI CHARITAS Palembang*. Universitas Katolik Musi Charitas.

Sastika, W. (2019). *Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017)*. 8(5), 55.

Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). *Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 244–259.

Trilaksono, A. I., & Prabowo, B. (2022). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas*. 5, 101–112.

Wijaya, Putu Eka Surya Ananta, dan Suparna, G. (2017). *Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Experiential Marketing terhadap Repeat Purchase pada Mangsi Coffee di Denpasar*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia, 6(10), 5432–5459.

WEBSITE:

Data Boks. September 2019. Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia 2017-2023, Diakses 30 Agustus 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>

Google Play Store. September 2022. Review dan Ulasan Aplikasi Lazada, Diakses 12 September 2022, dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.lazada.android&hl=id&gl=PH>

Snapcart. September 2022. Karakteristik Perilaku dan Preferensi Konsumen dalam Berbelanja Online, Diakses 09 September 2022, dari <https://snapcart.global/berlomba-lomba-perkuat-daya-saing-lewat-fitur-inovasi-siapa-e-commerce-yang-paling-unggul/>

Top Brand Index. 2022. Situs Jual Beli Online 2018-2021, Diakses 30 Agustus 2022, dari <https://www.topbrand-award.com>