

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modelin g (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (1st ed.). Yogyakarta: Andi.
- Adinata, K. J., & Yasa, N. N. K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Sikap terhadap Niat Beli Kembali di Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8), 4153–4180. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i08.p5>
- Aini, I. N. K., Marlien, R. A., & Riva'i, A. R. (2022). Pengaruh Citra Merek , Pengalaman Konsumen ,dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen KFC di Kota Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 263–276. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2107>
- Ameliana, W., Samsudin, A., & Ramdan, A. M. (2020). Minat Beli Ulang Berdasarkan Costumer Experience dan Consumer Satisfaction. *BUDGETING ( Jurnal of Business, Management and Accounting)*, 2, 325–334. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v2i1.1759>
- bps.go.id. (2021a). *Jumlah Penumpang berdasarkan Moda Transportasi Kereta Api (Orang), 2019-2021*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/indicator/17/2051/1/jumlah-penumpang-berdasarkan-moda-transportasi-kereta-api.html>
- bps.go.id. (2021b). *Transportasi*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/subject/17/transportasi.html>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modelling: Metode Alternatof dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

- Insyra, D. B., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh Customer Experience , Trust, dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Reservasi Tiket Pesawat di Traveloka. *SEIKO (Journal of Management & Business)*, 5(c), 73–81. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.4647>
- Julitriarsa, D., & Agustina. (2021). Pegaaruh Pengalaman Konsumen dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang pada Pembelian Produk Skincare di E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(2), 287–300.
- kai.id. (2019). *KAI Berikan Tarif Khusus Tiket Kereta Api*. Retrieved from [https://www.kai.id/information/full\\_news/2296-kai-berikan-tarif-khusus-tiket-kereta-api](https://www.kai.id/information/full_news/2296-kai-berikan-tarif-khusus-tiket-kereta-api)
- kai.id. (2021). *KAI Luncurkan Dompot Digital “KAIPay.”* Retrieved from [https://www.kai.id/information/full\\_news/5175-kai-luncurkan-dompot-digital-kaipay](https://www.kai.id/information/full_news/5175-kai-luncurkan-dompot-digital-kaipay)
- keretaapikita.com. (2022). *Update Tarif Khusus Kereta Api Komersil 2022*. Retrieved from <https://keretaapikita.com/update-tarif-khusus-kereta-api-komersil-2018/>
- Khuzaifah, H., Hendrati, I. M., & Purwanto, S. (2023). The Effect Of Service Quality And Price Perception On Repurchase Intention Through Customer Satisfaction Citilink Juanda Airport Surabaya. *Jurnal Pamator (Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo)*, 16(1), 49–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/pamator.v16i1.19061>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Maklan, S., & Klaus, P. (2011). Customer experience: Are we measuring the right things? *International Journal of Market Research*, 53(6), 5. <https://doi.org/10.2501/ijmr-53-6-771-792>

- Mutami, & D.S, A. H. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Taksi Kosti Semarang). *JIAB (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis)*, 8, 105–112. <https://doi.org/10.14710/jiab.2019.22735>
- Nilawati, W. (2019). Pengaruh Brand Image dan Word Of Mouth Terhadap Minat Pembelian Ulang ( Studi Pada Konsumen Kopi ABC Di Desa Pancoran Bondowoso ). *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(1), 74–78.
- Nurahman, I. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online Grab. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 8(2), 404–426.
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value (Jurnal Ilmiah AKuntansi Dan Keuangan)*, 4(3), 1651–1667. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4iSpesial%20Issue%203.1004>
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada minat pembelian ulang Konsumen Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1), 30–44. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v15i1.642>
- Sari, N. N., Fauzi, A., & Rini, E. S. (2021). The Effect of Electronic Word of Mouth ( E-Wom ) and Brand Image on Repurchase Intention Moderated by Brand Trust in the Garuda Indonesia Airline. *International Journal of Research and Review*, 8(September), 81–91. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210912>

- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5748–5782. <https://doi.org/10.24842/EJMUNUD.2018>
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyanto, & Maryanto, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Esa Unggul Pengguna Iphone. *Jurnal Papatung*, 4(2), 10–23. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.453>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, T. I. E., Sahabuddin, Jaya, I., & Senitriany. (2019). Analisis Perkembangan Transportasi Laut Dalam Wilayah Sulawesi Untuk Mendukung Tol Laut. *Jurnal Venus*, 7(173). <https://doi.org/10.48192/vns.v7i13.242>