

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ardian et al (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Kembali Cat Dulux Di Depo Keramik Katapang Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 8, 704–714.
- Mustika, M. A. C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2023). Pengaruh customer experience dan variasi produk terhadap minat beli ulang produk Mixue Ice Cream and Tea di Kota Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2), 35–46. <https://doi.org/10.33365/smart.v2i2.3286>
- Azhari & Nurhadi. (2022). Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Repurchase Intention pada Situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12.
- Aziizah et al (2024). Use Seminar Nasional Manajemen Inovasi Pada Pengguna Produk Skincare Scarlett Di Kecamatan Sumbawa. *Uts Student Conference*. [https://conference.uts.ac.id/index.php/Student.2\(5\)](https://conference.uts.ac.id/index.php/Student.2(5)), 406–415.
- Banjarnahor & Dwiridotjahjono (2024). Pengaruh Brand Communication, Brand Trust, Dan Brand Satisfaction Terhadap Pembentukan Brand Loyalty Produk Kosmetik Bnb Barenbliss. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 16(2), 35–43.
- Bayuardie & Nisa (2023). Hubungan Antara Emotional Intelligence, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Karyawan Kedai Makanan Dan Minuman. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*. 2(2), 1–17.
- Simanjuntak & Purba (2020a). Understanding Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study Of Mobile Instant Messages In China. *International Journal of Information Management*. 30(4), 289–300. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2009.10.001>
- Claudia & Purba, P. (2020b). Understanding Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study Of Mobile Instant Messages In China. *International Journal of Information Management* (Vol. 7, Nomor 2). 289–300 <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Diva Narwanda & Prabowo (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen

- Produk Cimory Yogurt di Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 2023–2706. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3995>
- Djayanto, (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Pada Aplikasi Grab-Food Dengan Brand Trust Sebagai Intervening Variable. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1), 1–12.
- Dody Firmansyah et al . (2021). Analisa dan Perancangan Web E-Commerce Berbasis Website pada Toko Ida Shoes. *Journal of Information System and Technology*, 02(03), 62–76.
- Dwinanda & Rachmawati (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah Pada Generasi Y. *JURNAL SeMaRaK*. 4(2), 98–104. <https://doi.org/10.32493/smk.v4i2.10994>
- Hajar dkk. (2022). Pengembangan Madrasah Melalui Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan. *Jurnal Tarbiyah & Ilmu Keguruan (JTIK) Borneo*, 3(3), 144–168. <https://doi.org/10.21093/jtikborneo.v3i3.6308>
- Hidayat & Nuzil, (2023). *Pengaruh Customer Experience, E-Service Quality (2023), 2 (4): Dan Customer Engagement Terhadap Customer Satisfaction Pada Konsumen Mobile Application E-Commerce Shoppe. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 131–141.
- Inayah et al., (2021). *Pengantar Kewirausahaan Mengenal, Memahami, dan Mencintai Dunia Bisnis*. Penerbit ANDI. ISBN 978-623-01-1953-8
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17, 329–339.
- Kim & Kim (2022). The Impact of Hotel Customer Experience on Customer Satisfaction through Online Reviews. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2), 848. <https://doi.org/10.3390/su14020848>
- Made et al.,. (2021). The Influence of Customer Experience, Ease of Use, and Trust on Repurchase Intention (Case Study of Tokopedia Consumers in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(2), 378–383 www.ajhssr.com
- Maulida et al. (2024). Pengaruh Brand Trust, Customer Value dan Customer Experience terhadap Customer Satisfaction pada CV. Dalam *Syifa Adventure. AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* (Vol. 4, Nomor 3). 1023–1035

- Melia. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Customer Experience dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Secara Online Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Simki Economic*, 6, 242–254. <https://jipied.org/index.php/JSE>
- Pasaribu & Salim, (2022). Online Shopping Habit atau Experience Memoderasi Customer's Satisfaction, Trust, dan Learning Terhadap Online Repurchase Intention. *Journal of Indonesia Marketing Association (IMA)*, 1(1), 19–30
- Pratiwi Indriasari dkk. (2021). Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention Produk Online dengan Customer Satisfaction sebagai Variable Intervening. *MARS Journal* (Vol. 1, Nomor 2). 1–10, <http://journal.ilrscentre.or.id/>
- Purba (2021). Pemesanan Tiket Kereta Api Online (E-Ticketing) Menggunakan Aplikasi KAI Access. *JSI (Jurnal Sistem Informasi)*, 6. 175–194. <https://doi.org/10.35968/jsi.v6i2.324>
- Rabbani, (2023). *Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia*. 12-33 <https://www.researchgate.net/publication/375525102>
- Rachmad et al,. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara
- Rauf et al,. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 ed.). Bandung: ALFABETA.
- Wijoyo & Pratama, (2024). Penerapan Sistem Informasi Pada Aplikasi Ojek Online. *TEKNOBIS: Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan*, 2(1), 1–6.
- Zinedine dkk (2023). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Dampaknya Pada Reuse Intention Bus Pariwisata Di Kota Surabaya. *Jurnal Keuangan dan Bisnis ISSN* (Vol. 21, Nomor 2). 116–133.