

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, S. G. C. (2023). Pengaruh Fintech (Financial Technology)“Digital Payment” Terhadap Perilaku Konsumen Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di In *Repository.Uinjkt.Ac.Id* (Vol. 19). [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73379%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73379/1/11160150000093 - Sutrawan Gatta Cakra Aji %28Watermark%29.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73379%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73379/1/11160150000093-Sutrawan%20Gatta%20Cakra%20Aji%20Watermark%29.pdf)
- Angliawati, R. Y., & Mutaqin, M. F. I. (2023). Implikasi Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Slomo Cofee Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 52–65. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1044>
- Aurelia, F., & Nawawi, M. T. (2021). Pengaruh *Customer Satisfaction*, Perceived Value, Dan Trust Terhadap Online *Repurchase Intention* Pada Fashion Di Instagram Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 117. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11296>
- Ayu, I., Dewi, P., Kartika, K., & Prasetyo, A. (2022). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Abstrak. : : *Journal of Management & Business*, 5(2), 1–7.
- Br Marbun, M., Hapzi Ali, & Fransiskus Dwikotjco. (2022). Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang: Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3), 571–586. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i3.66>
- Chandra, S., Rizan, M., & Shandy Aditya. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Experience Terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 625–635. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.02>
- Dewiasih, T., & Nainggolan, B. M. (2022). Peningkatan Niat Pembelian Ulang dengan Kualitas Layanan dan Word of Mouth di Ha-Ka Restoran : Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Mediator. *Journal of Tourism and Education*, 6(2), 2022. <https://www.ejournal.akpindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1257>
- Dinda Aulia Karenina, Anggun Pagestu, & Arifudin Arifudin. (2024). Pengaruh Tingkat Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Aulia Cell. *Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2), 239–250. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i2.582>
- Faizi, N., & Febrilia, I. (2022). Analisis Pengaruh Customer Experience dan E-Service Quality terhadap *Customer Satisfaction* pada Pengguna Transportasi Online di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 391–403.
- Fausta, M. F., Anderson, P., & Risqiani, R. (2023). Pengaruh Customer Experience, *Customer Satisfaction*, Terhadap *Repurchase Intention* Pada Restoran Cepat

- Saji. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 20(01), 1–9. <https://doi.org/10.25134/equi.v20i01.6674>
- Febrian Sulaeman, B. (2023). *Hubungan E-Service Quality Terhadap ECustomer Satisfaction Pada Aplikasi Digi Mobile (Studi bank bjb KC Bogor)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan.
- Florendiana, T. R., Andriani, D., & Hariasih, M. (2023). Pengaruh *Customer Satisfaction* Digital Marketing dan Brand Trust Terhadap *Repurchase Intention*. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1), 124. <https://doi.org/10.35906/jurman.v9i1.1491>
- Gita Kirana, D., Basiya, R., Ekonomi dan Bisnis, F., & Stikubank Semarang, U. (2024). The Influence Of Trust And Perceived Risk On *Repurchase Intention* Mediated By *Customer Satisfaction* Study On Skincare Product Customers In The Shopee Marketplace Pengaruh Trust Dan Perceived Risk Terhadap Minat Beli Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2690–2701. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Hasyim, U. (2022). Model Minat Penggunaan Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan: Promosi Cashback Dan E-Service Quality (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 385–402. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.884>
- Indah Handaruwati. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v3i2.45>
- Info, A. (2023). *KEWIRAUSAHAAN DAN STRATEGI PEMASARAN*. 1(1), 32–38.
- Insyra, D. B., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh Customer Experience , Trust Dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Reservasi. *SEIKO : Journal of Managemen*Insyra, D. B., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh Customer Experience , Trust Dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Reservasi. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(c), 73–81. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.4647>
- Janah, M., Haryanti, I., Ernawati, S., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, S., Wolter Monginsidi Komplek Tolobali, J., & Bima, K. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Foodbox Kota Bima. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), 216–237. <https://doi.org/10.55606/jimas.v2i3.496>
- Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Sukoharjo. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(1), 81–94.

- Majid, R. A., & Selvi, E. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Laundry Sepatu Coora Premium Care Grand Galaxy. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(19), 336–345. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7174162>.
- Mauladdawil, T., Nugroho, R. H., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023). The Effect Of Experiential Marketing And Service Quality On *Repurchase Intention* With *Customer Satisfaction* as an Intervening Variable (Case Study Of Lazada Application Users In Surabaya) Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 3152–3161. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nielasari, A., Yohana, C., & Fidhyallah, N. F. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Restoran X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(3), 757–768.
- Ningsih, A., & Rika Novita Sari. (2024). Customer value Dan Customer Experience Terhadap *Customer Satisfaction*. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(3), 2171–2178. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.2610>
- Ningsih, K. S. W., & Sutedjo, B. (2024). 3680-Article Text-10691-1-10-20240113. *Pengaruh Customer Value Dan Customer Experience Terhadap Purchase Intention Dan Terhadap Customer Satisfaction (Study Pada Pelanggan Produk Fashion Di E-Commerce Shopee)*, 8(1), 339–352.
- Nurdiansah, A., & Widyastuti, W. (2022). Pengaruh Price Discount Terhadap *Customer Satisfaction* Dan *Repurchase Intention* (Studi Pada Pengguna Shopee Food). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(8), 1495–1514. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.198>
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469–478.
- Priyatna, E. H., & Agisty, F. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Sociolla. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 104. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7588>
- Purbohastuti, A. W. (2021). The marketing mix effectiveness on indomaret's consumer purchase decision. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 7(1), 1–17.
- Putra P, I. B. P., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 4983. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p10>

- Putra, R. A., & Santoso, E. B. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Herbal HNI HPAI Di Bussiness Center Cabang Mojokerto. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 105–108. <https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/download/1925/1466/6248>
- Putri, F. D., & Nainggolan, B. M. (2024). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Persepsi Harga dan Customer Experience: Peran Customer Trust sebagai Mediator. *Inovasi*, 11(1), 22–36. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v11i1.p22-36.40255>
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Reken, F., Erdawati, E., Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, H., Fatmawati, F., Suprihartini, L., & Masliardi, A. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. CV. Gita Lentera.
- Robianty, N. S., & Prasetyo, B. (2024). Layanan pada PT. Citra Jelajah Informatika Bandung: Key to Improving *Customer Satisfaction*. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 5(1), 19–26. <https://doi.org/10.35912/simo.v5i1.2863>
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(2), 425–444.
- Salat, Riyan Jaelani, R. Q. A. (2023). Khidmatussifa : Journal of Islamic Studies Khidmatussifa : Journal of Islamic Studies. *Khidmatussifa: Journal of Islamic Studies*, 2(2), 1–17. <https://doi.org/10.56146/khidmatussifa.v1i2.70>
- Sauw, O., & Mointi, R. (2023). Customer Experience dan *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* Produk Online. *YUME: Journal of Management*, 6(1), 260. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3574>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Setiawardani, M., & Riyanto, T. A. (2023). Peningkatan Minat Beli Ulang melalui E-Service Quality. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 9(1), 49–60. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v9i1.4784>
- Sheila Sabina Adelia Rizka, & Siti Ning Farida. (2024). Pengaruh Customer Experience, Trust, dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* pada Pemesanan Tiket di Aplikasi Access by KAI: Studi pada Penumpang Kereta Api di Stasiun Gubeng Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4868–4880. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2108>

- SHELEMO, A. A. (2023). No Title. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Silvi Nurul Fauziah, Ari Arisman, & Suci Putri Lestari. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Maxim Di Kota Tasikmalaya. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(4), 96–113. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i4.1866>
- Sudjianto, E. Y., & Japarianto, E. (2017). Pengaruh Perceived Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variable Intervening Di Hotel Kartika Graha Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2), 54–60. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.2.54-60>
- Sunyoto, D., & Mulyono, A. (2022). Manajemen Bisnis Retail. *Suparyanto Dan Rosad*, 5(3), 248–253.
- Wardana, I. F. B., & Astutiningsih, S. E. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating) Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2626. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6764>
- Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The effects of the online customer experience on customer loyalty in e-retailers. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 6(5), 208–214. <https://doi.org/10.22161/ijaems.65.2>