

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda Amanarahim, S. H. (2024). Pengaruh harga, minat beli, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(12), 1–13.
- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12(2), 125–143.
- Andika, S., & Purnamasari, P. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1539–1552. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4189>
- Anisah, N., & Puspasari, R. (2024). Sistem Informasi Kuesioner Materi Pembelajaran SMP Swasta Generasi Bangsa Martubung Menggunakan Skala Likert. *Jurnal JUREKSI (Jurnal Rekayasa Sistem)*, 2(2), 604–616.
- Asih, A. D., & Albari, A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Pembelian Sewa Kost di Singgahsini Mamikos (The Effect of Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction and Rental Purchase Intention of Boarding Houses at Singgahsini Mamikos). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Manajemen*, 5(4), 543–551. <https://doi.org/10.35912/jakman.v5i4.3473>
- Assauri, S. (2015). *Manajemen pemasaran*. Rajawali Press.
- Astuti, S. W., Lukitaningsih, A., & Cahya, A. D. (2024). *Pengaruh Perceived Value Dan Inovasi Produk*. 13(03), 845–858.
- Borreigo, A. I. (2021). Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Berdasarkan Ekuitas Merek, 10(6)

- Dandi Anggriawan, Noor Amirudin, & Man Ode Arfa Ladamay. (2024). Efektivitas Media Pembelajaran Information And Communication (ICT) Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di SMPM 2 Balongpanggang. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 2(4), 301–310. <https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i4.485>
- Darwin, M., & Umam, K. (2021). Analisis Indirect Effect pada Structural Equation Modeling. *Nucleus*, 1(2), 50–57. <https://doi.org/10.37010/nuc.v1i2.160>
- Devangga, F., & Dirgantara, I. M. B. (2023). Influence Analysis Easy Use and Online Shopping Experience on Consumer Satisfaction and Its Impact on Return Intention (Study of E-Marketplace Users in Semarang City). *Sibatik Journal | Volume*, 2(10), 3043–3060. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/Sibatik>
- Ernawati, I., & Setiawaty, D. (2021). Efektifitas Layanan Bimbingan Kelompok Dengan Teknik Psikodrama Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Kelas Viid Di Smp Negeri 11 Yogyakarta Tahun Ajaran 2017/2018. *G-Couns: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 5(2), 220–225.
- Hamdani, H., & Sa'diyah, H. (2025). Konsep Dasar Penyusunan Hipotesis dan Kajian Teori dalam Penelitian. *Journal of Linguistics and Social Studies*, 2(2), 64–73. <https://doi.org/10.52620/jls.v2i2.93>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hariyono, I. A., & Rachbini, W. (2024). Pengaruh Kepuasan Layanan dan Pembelian Ulang terhadap Loyalitas Pelanggan Generasi Milenial Wanita di

- Platform Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 376–383.
<https://doi.org/10.62017/jemb>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Haryono, S. (2016). Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL Smart PLS. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 450.
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2013). *Structural Equation Modeling Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. Intermedia Personalia Utama.
- Haykal, A. P., Febrilia, I., & Terrylina Arvinta Monoarfa. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Online. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 153–164.
- Ifada, A., Rizqiyanti, D. M., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan Seblak Prasmanan Teh Windy di Karawang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 5(2), 199–210.
<https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v5i2.1812>
- Indra. (2022). Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (Sushi Tei) Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 246–255.
<https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.589>
- Iskandar, A. S. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Isnaini, W. (2021). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty*.

2(154115377), 1–95.

Jauwena, C. (2023). Pengaruh Perceived Quality Dan Value Terhadap Repurchase Intention Melalui Satisfaction Rosita Cookies. *Performa*, 8(6), 700–717. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i6.3742>

Junaedi, J., & Wahab, A. (2023). Junaedi J, Wahab A. Hipotesis Penelitian dalam Kesehatan. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Kesehatan*. 2023;6(2). *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan*, 6(2), 142–146.

Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>

Kristanto, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 13–22. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.50173>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi ke-12, Jilid 1). Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi ke-12). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Manajemen pemasaran (Jilid 2). Erlangga.

Kotler, P. (1997). Manajemen pemasaran (Edisi ke-9; H. Teguh & R. A. Rusli, Trans.). Prenhallindo.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Prentice Hall.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson.
- Lasmana, S. I., & Sarudin, R. (2023). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Konsumen Di Bengkel Burger & Bre X Karen'S Diner. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1935–1942. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i3.1269>
- Leon Andretti Abdillah. (2021). *Metodologi Penelitian & Analisis Data Comprehensive*. Insania
- Lubis, S. A., Anggraini, T., & Harahap, M. I. (2024). Pengaruh Social Media Advertising dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Devi Salon Medan). *GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management)*, 2(2), 131–145. <https://doi.org/10.59841/glory.v2i2.1040>
- Lystiawan, L., Doni Yunanto, R., Budi Riyanto, K., & Junianto, A. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen: Perspektif Perceived Value Dan Loyalitas Di Swalayan Putra Baru 15, Jalan Ahmad Yani No. 45, Kota Metro, Lampung. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(2), 843–855. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i2.4028>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Maulidio, R., Dwiastanti, A., Tinggi, S., & Indocakti, I. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Amstirdam Coffee Di Malang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(1), 2022.

- Mawaddah Mawaddah, Dewi Rahayu, Salsabila Rahmasari, & Angga Dutahatmaja. (2024). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Berulang: Produk, Harga, Promosi, Dan Layanan. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 115–127. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.945>
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding customer experience. *Harvard Business Review*, 85(2), 116–126.
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Matua*, 3(1), 13–24. <https://www.ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/266>
- Mochtar, M. M. I., Mandey, S. L., & Pondaag, J. J. (2022). (55). Pengaruh Media Sosial, Metode Pembayaran, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Makanan dan Minuman di Cinema XXI Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1807–1818.
- Nabila, Z., & Kuswanto, A. (2022). Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Kopi Kenangan Jakarta. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1), 39–48. <https://doi.org/10.52643/jam.v12i1.1973>
- Ningsih, K. S. W., & Sutedjo, B. (2024). Pengaruh Customer Value Dan Customer Experience Terhadap Purchase Intention Dan Terhadap Customer Satisfaction (Study Pada Pelanggan Produk Fashion Di E-Commerce Shopee). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(1), 339–352.

<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/download/3680/1658>

Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.

https://www.google.co.id/books/edition/Kualitas_Produk_dan_Harga_Mempengaruhi_M/H9T9EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Parinussa, R., Salhuteru, A. C., & Pattipeilohy, V. R. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Minyak Goreng Camar Pada Minimarket Indomaret Cabang Diponegoro Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1), 27–35.

Pranoto, R. G., & Subagio, H. (2021). Analisa Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction pada Konsumen di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–9.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/3370/3047>

Prasojo, B. H., & Ariyanti, N. (2020). *Buku Ajar Statistik Bisnis*. UMSIDA Press.

Prawiyogi, A. G., Tia Latifatu Sadi, Andri Purwanugraha, & Elisa, P. N. (2021). *Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar*. 5(1), 446–452.

Punama, I., & Yuliana. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PO. Titian Mas Cabang Bima. *Manajemen Pemasaran Jasa*, 4(2), 96.

Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum

- Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.13057/ijas.v4i1.45784>
- Putra, J. A., & Aeni, N. (2024). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang Kembali Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 7022–7037. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rachman dkk. (2025). *Buku Panduan Structural equation modeling*.
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & ... (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi ...*, 3(5), 469–478. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/988%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/article/download/988/622>
- Rifa'i, K. (2019). Kepuasan Pelanggan ; Membangun Loyalitas Pelanggan. *Journal Zifatama Publisher*, 1–191. [http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/Buku Membangun Loyalitas Pelanggan Oleh Dr. Khamdan Rifa'i%20SE.%20CM.Si.pdf](http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/Buku%20Membangun%20Loyalitas%20Pelanggan%20Oleh%20Dr.%20Khamdan%20Rifa'i%20SE.%20CM.Si.pdf)
- Roynaldus A. K. Agung, Antonius Philipus Kurniawan, & Paulus Juru. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Projemen UNIPA*, 9(2), 18–31. <https://doi.org/10.59603/projemen.v9i2.42>
- Saehu, M. S., Suhendar, Bahtiar, E., Sucandrawati, Sudha, N. L. K. A., & Maulana, A. (2023). Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Perceived Value Dengan Switching Costs Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 8(2),

809–820.

- Sari, S., Almaidani, A. N., -, N., & Zaman, A. N. (2021). the Influence of Service Quality on Customer Trust Through Variables Intervening Customer Satisfaction Using Structural Equation Modeling Method in Pt.Xyz. *Inaque : Journal of Industrial and Quality Engineering*, 9(2), 177–187. <https://doi.org/10.34010/iqe.v9i2.5118>
- Schmitt, B. (1999). *Experiential marketing: How to get your customers to sense, feel, think, act, relate to your company and brand*. Free Press.
- Septian, B. P., Handaruwati, I., Studi, P., Universitas, M., & Surakarta, K. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33.
- 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>
- Sharifnia, A. M. (2026). *A Primer of Data Cleaning in Quantitative Research : Handling Missing Values and Outliers*. 970–975. <https://doi.org/10.1111/jan.16908>
- Shidqi, N. M., Ahmad, A., & Nurmansyah, H. (2024). Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Produk Minuman Bervitamin Merek YOU C100 Dikota Bandung 1. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 09 nomor 0, 263–271.

- Sholikhah, A., & Pujianto, W. E. (2022). Pengaruh Customer Service dan Customer Experience terhadap Minat Ulang Pembelian pada Toko Greensmart. *Jurnal Administrasi Dan Manajemenanajenen*, 613–620.
- Silva, E. A. D. C. E., Hartanto, J. A., & Iskandar, V. (2022). Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Loyalitas Tamu Pada Hotel Bintang 4 Dan 5 Di Surabaya Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(1), 42–49. <https://doi.org/10.9744/jmp.8.1.42-49>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Stansyah, M. R., Choirunnisa, R., Tegar, M., & Putri, S. S. A. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 43–49. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p43-49>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731.
- Suci Ramadani, Dilla Amelia Ramadani, Muhammad Ikrom, & Lokot Muda Harahap. (2025). Peran Strategis UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 158–166. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3183>
- Syifa Nur Febriani. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Fashion Mayoutfit Cabang Bandung, Indonesia. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(1), 22–33. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.231>

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik (Edisi ke-2)*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip & penerapan (Edisi 1)*. Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, A., & Diana, A. (2015). *Pelanggan puas? Tak cukup!*. Andi.
- Trianti, Y., Ekadipta, E., Saki, V. Y., & Risnawati, Y. (2024). Analisis Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Jamu Gendong Pada Rw.11 Kelurahan Kalideres Jakarta Barat. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 5(1), 50–59. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v5i1.1680>
- Tunjungsari, H. K., Nuryakin, R. A., & Ilham, R. (n.d.). *Customer Experience 5.0 : Meningkatkan Loyalitas di Era Digital*. <https://doi.org/978-634-7130-64-8>
- Vaniara, F. V., & Pramono, R. (2022). The Effect of Perceived Value, Customer Satisfaction and Trust on Customer Loyalty at The DM Clinic in East Jakarta. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 6(3), 1–11. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2024). Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling. In *Transportation Systems Planning: Methods and Applications*.
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 172–186. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.172-186>
- Wijaya, C., S, A., & Hasanah, W. (2022). Pelanggan dan Kepuasan. *Jurnal*

Dharmawangsa, 16–25.

Wina Asfina, P. J. (2023). *Pengaruh Experiential Marketing , Customer Experience , dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk MS Glow DiKota Padang (Studi Kasus Masyarakat Kota Padang)*. 3(2), 391–395.

Yanti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Asri. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi, 1(1)*, 1–14.