

DAFTAR PUSTAKA

- Abigail, J., Sari, V. P., & Saputra, D. (2024). The Influence of Product Quality and Online Shopping Experience (OSE) on Consumer Loyalty Through Customer Satisfaction on (OSE) on Consumer Loyalty Through Customer Satisfaction on Local Skincare Products. *Procedia Computer Science*, 234(2023), 537–544. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.037>
- Akbar, A. S., Ningrum, D. L., & Alparisin, M. R. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kopi Ketje Lampung. *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 4(1), 101–107.
- Anggraini, A. D. P., & Bintarti, S. (2023). Kualitas Pengalaman dalam Memoderasi Gaya Hidup, Kesadaran Merek, dan Kualitas Rasa Produk terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Air Mineral Ades (Studi pada Poduk Air Mineral Merek Ades di Kabupaten Bekasi). *Journal on Education*, 5(4), 16915–16926. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2897>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Ayu Tania, C., & Aditi, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Membeli Ulang, dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen di Cafe n2 Foodcourt Tanjung Morawa). *JAMEK (Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 02(01), 16–32.
- Carmelia Cesariana, Fadlan Juliansyah, R. F. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Chatzoglou, P., Chatzoudes, D., Savvidou, A., Fotiadis, T., & Delias, P. (2022). Factors affecting repurchase intentions in retail shopping: An empirical study. *Heliyon*, 8(9), e10619. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10619>
- Cheah, J., Chuah, F., Ting, H., & Memon, M. A. (2017). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. July.

- Chun, S. H., & Nyam-Ochir, A. (2020). The effects of fast food restaurant attributes on customer satisfaction, revisit intention, and recommendation using DINESERV scale. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(18), 1–19. <https://doi.org/10.3390/SU12187435>
- Darmawan, P. A. D. T., & Ekawati, N. (2017). The Effect of Consumer Satisfaction Mediating Price on Consumer Loyalty in Shopping at Online Florists in Denpasar. *Udayana University Management E-Journal*, *6*(4), 255298.
- Dewi, N. A. N. L., & Kusuma, A. A. G. A. A. (2019). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Kembali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *8*(9), 5591. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p12>
- Djojokusumo, J. K., Kristanti², L., Tommy, D., & Efrata³, C. (2021). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui Mediasi Customer Satisfaction Pada Pembelian Makanan Siap Saji (Rice Bowl) Pada Target Pasar Usaha Dapur Nusantara. 6.*
- Ferdinand, D. Y. Y., & Tresyanto, C. A. (2020). BUKU AJAR STRATEGI PEMASARAN UMKM.
- Ghozali, I. (2017). The Impact Of Process Innovation And Partnership On Project Productivity. *Technology*, *8*(9), 711-724.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*, *3*(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Halimah, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Hotel Ubud Malang). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, *3*(April), 49–58.
- Hariyanto, H., Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, *1*(9), 1784. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i9.2223>
- Hasan, S. (2021). Assessment of electric vehicle repurchase intention: A survey-based study on the Norwegian EV market. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, *11*(August 2021), 100439. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2021.100439>
- Ibrahim, A. N. H., Borhan, M. N., Mat Yazid, M. R., Hassan, S. A., Arham, A. F., & Hashim, S. (2023). Modelling of Passenger Satisfaction and Reuse Intention with Monorail Services in Kuala Lumpur, Malaysia: A Hybrid SEM-ANN

- Approach. *Mathematics*, 11(15). <https://doi.org/10.3390/math11153361>
- Iit Kaldiar, M. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepercayaan Marketplace Sebagai Variable Mediasi (Studi Kasus Pada Toko Online Bukalapak di Semarang). *Unissula Institutional Repository*. <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/28827>
- Keller, Kevin, L., & Kotler, P. (2016). Marketing Management. In *Pearson Education*.
- Khanh Giao, H. N., & Vuong, B. N. (2020). The Impact of Service Quality on Passenger Loyalty and the Mediating Roles of Relationship Quality: A Study of Domestic Flights with Vietnamese Low-Cost Airlines. *IFAC-PapersOnLine*, 56(C), 88–95. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2021.09.011>
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Mahemba, U. S. A. K., & Rahayu, C. W. E. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 1(2), 428–439. <https://prosiding.respati.ac.id/index.php/PSN/article/view/234>
- Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R., & Carvajal-Trujillo, E. (2022). The customer retail app experience: Implications for customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102842>
- Ongkowijoyo, T. E. (2022). The Effect of Price and Product Quality on Consumer Satisfaction and Repurchase Interest at Cipork Keriyuk (Cab. G-Walk). *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 2(1), 11–23. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v2i1.2909>
- Pranatika, D. (2022). *PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG*. 14(5), 1–23.
- Prasetya, I. A., & Suwitho. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9), 1–15. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4899>

- Pujiastuti, E. E., Hadi, L., & Zahro, S. A. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Behavior Intention (Studi pada Wisatawan di Objek Wisata Puthuk Setumbu Borobudur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 55–70. <https://doi.org/10.14710/jab.v9i1.27927>
- Rane, N., Achari, A., & Choudhary, S. P. (2023). Enhancing Customer Loyalty Through Quality of Service: Effective Strategies To Improve Customer Satisfaction, Experience, Relationship, and Engagement. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, May. <https://doi.org/10.56726/irjmets38104>
- Sari, F. C. P., Suzana, A. J., Achadi, A., Masita, T. E., & Aninastuti. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Purwokerto. *Seminar Nasional LPPM UMMAT Universitas*, 2(April), 1019–1032. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/semnaslppm/article/view/14402%0Ahttps://journal.ummat.ac.id/index.php/semnaslppm/article/viewFile/14402/6812>
- Savila, I. D., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The role of multichannel integration, trust and offline-to-online customer loyalty towards repurchase intention: An empirical study in online-to-offline (O2O) e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 859–866. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.193>
- Serra-Cantallops, A., Ramon-Cardona, J., & Salvi, F. (2018). The impact of positive emotional experiences on eWOM generation and loyalty. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(2), 142–162. <https://doi.org/10.1108/SJME-03-2018-0009>
- Sri Aderafika Sani, & N. A. (2022). S. P. S. (Segmenting, Targeting, D. P. P. P. K. H. O. B., Cabang Kota Pematangsiantar. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 18–26., & <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.5>. (2018). Sri Aderafika Sani, & Nuri Aslami. (2022). Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 18–26. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.5>. Sri Aderafika Sani, & Nuri Aslami. (2022). *Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar. MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 18–26. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.5>, 2(1), 43.
- Sugiyono. (2018). *Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015) hal.57 47. 47–61.
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*.
- Wa Ode Tiara Jasmine. (2022). *Pengaruh Customer Engagement Dan Customer*

Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Indihome Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Telkom Witel Makassar.

Wayan, N., & Yanti, R. (2023). *Anteseden Niat Beli Ulang Pelanggan Café*. 3(5), 1007–1020.

Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 198–209. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.24275>

Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELI ULANG SECARA ONLINE MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Situs Online Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5343. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p06>