

DAFTAR PUSTAKA

- Aghnia K., Nadya. 2020. *Pengaruh E-service Quality dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention (Studi pada Pengguna Lazada Mahasiswa Fisip Undip)*. Skripsi Sarjana. Departemen Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Agustiono. (2022). *Pengaruh Customer Experience terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pada masyarakat semarang pengguna linkaja)*. Skripsi sarjana. Departemen administrasi bisnis. Universitas Diponegoro.
- Ahdiat, Adi. (2023). *5 E-Commerce dengan Jumlah Kunjungan Situs Terbanyak di Indonesia (Kuartal IV 2022)*. Diakses pada 7 Februari 2023 pukul 14.23 WIB. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/5-E-Commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-iv-2022>
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Penerbit: Rineka Cipta, Jakarta.
- Ayu W., Dita. (2021). *Pengaruh Brand Image, Word of Mouth, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pad Konsumen Elektronik Sanken di Kota Semarang)*. Skripsi sarjana. Departemen adminstrasi bisnis. Universitas diponegoro.
- Christa Mercy, S. L. (2021). *Pengaruh Brand Image, brand trust, dan customer value terhadap repeat purchase intention (studi pada konsumen sepatu bata di kota medan)*. Skripsi Sarjana. Departemen adminstrasi bisnis. Universitas diponegoro.
- Christina irene Felita, e. j. (2015). *anallisa pengaruh Customer Experience terhadap customer loyalty dengan customer engagement dan customer trust sebagai variabel intervening di the body shop*. Jurnal manajemen pemasaran petra, 1-10.
- Danang, Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Penerbit: PT Refika Aditama Anggota Ikapi, Bandung.
- Dinar, Muhammad & Hassan, Muhamad. 2018. *Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Penerbit: Nur Una, Pustaka Taman Ilmu, Bekasi.
- Djaali. 2008. *Skala Likert*. Penerbit: Pustaka Utama, Jakarta.
- Engel, James, Blackwell, Roger, & Miniard, Paul. 1990. *Consumer Behaviour*. Edisi ke enam. Penerbit: Dryden, Orlando.
- Farida, Naili. 2015. *Manajemen Pemasaran: Teori & Aplikasi*. Penerbit: EF Press Digimedia, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- G. Radamuri, N. Farida, dan R. Dewi. 2013. *Pengaruh citra merek, word of mouth dan iklan terhadap keputusan perpindahan merek*. Jurnal ilmu administrasi bisnis, 2(3): 380-386.
- H. Antika, N. Farida, S. Listyorini. 2015. *Pengaruh service performance dan customer value terhadap repurchase dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada pengguna jasa pt herona express semarang)*. Jurnal ilmu administrasi bisnis, 4(2): 371 – 382.
- Herliza, R. 2016. *Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Pelanggan (studi pada Zara mall PVJ Bandung)*. Jurnal Universitas Telkom: Bandung.
- Huang, C, Gao, M, dan Hsu, F. 2019. *A Study on the Effect of Brand Image on Percieved Value and Repurchase Intention in Ecotourism Industry*. School of Economics and Management, Fuzhou University: Fujian, China. Ekoloji, 28, 283-287.
- Irawan, Handi. 2004. *Kepuasan pelanggan*. PT Gramedia Pustaka.
- Irawan, Handi. 2008. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Penerbit: Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Jaiswal, S dan Singh, A. 2020. *Influence of the Determinants of Online Customer Experience on Online Customer Satisfaction*. Institute of Management Technology: Sage Journal. Vol. 24, Issue 1, Juni 2020, hlm. 41-55.
- Jogiyanto, H.M. 2007. *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman–Pengalaman*. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Kharisma, Arin. (2021). *Pengaruh Customer Experience dan customer engagement terhadap Customer Satisfaction (studi pada pengguna e commerce Lazada)*. Skripsi Sarjana. Departemen Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Lazada Group. 2023. *Lazada Group leaders*. Diakses pada 3 Juni 2023 pukul 16.13 WIB. <https://www.lazada.com/en/about/leaders/>
- Longman. 1987. *Dictionary of Contemporary English*. Penerbit: Longman Group UK Limited, United Kingdom.
- Mowen, John C. & Minor, Michael. (2002). *Perilaku konsumen*. Jilid 2, Edisi kelima. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Muhammad Iqbal azhari, D. f. (2015). *Pengaruh Customer Experience terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (survey pada pelanggan kfc kawi malang)*. Jurnal administrasi bisnis (JAB), 1-6.
- N. Farida dan Elia Ardyan. (2015). *Repeat purchase intention of starbucks consumers in indonesia: a green brand approach*. Market-trziste, 7(2): 189-202.
- Rahayu, Nanda A. & Lestari, Martha T. (2021). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Brand Image Pada Aplikasi LinkAja*. Jurnal Universitas Telkom Bandung. E-Proceeding of Management: Vol.8, No.3 Juni 2021.

- Noor, Mitha. 2014. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty King Thai Tea Bandung*. Jurnal Universitas Katolik, Parahyangan Bandung, Volume III, No. 2, 2014.
- Norman, Geoffrey R. & Streiner, David L. 2003. *Pretty Darned Quick: Statistics*. Edisi 3. Penerbit: BC Decker Inc, London.
- Prastyaningsih, A. 2014. *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REPURCHASE INTENTION (NIAT MEMBELI ULANG) (Survei pada Konsumen KFC di Lingkungan Warga RW 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya. Vol. 16 No. 1 (2014).
- Pratama, Carolina. 2022. *PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUNSCREEN WARDAH MELALUI BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG)*. Skripsi Sarjana. Departemen Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Rahayu, Sri. 2011. *Internal Customer Satisfaction and Services Quality Trust and Word of Mouth*. Asean Marketing Journal, Vol.III ,No. 2, 2011.
- Rahmada, Fakhri, & Farida, Naili. 2021. *Pengaruh Brand Image dan Customer Experience terhadap Repurchase Intention dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening pada J.CO Donuts & Coffee Paragon Mall dan Java Supermall Semarang*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. X, No. I, 2021.
- Sarwono, Jonathan. 2011. *Mengenal Path Analysis: sejarah, pengertian dan aplikasi*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol. XI, no. 2
- Schmitt, B. H, 2003. *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brands*. Penerbit: Free Press, New York.
- Sekaran, Uma. 1992. *Research Methods for Business*. Penerbit: John Wiley & Sons. Inc, New York.
- Sholihin, M & Ratmono, D. 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Penerbit: ANDI, Yogyakarta.
- Soemanagara, Rd. 2006. *Strategic Marketing Communication: konsep strategik terapan*. Penerbit: Afabeta, Bandung.
- Stice & Skousen. 2007. *Akuntansi Keuangan*. Edisi Enam Belas. Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.
- Streiner, David L. 2005. *Finding Our Way: An Introduction to Path Analysis*. Can J Psychiatry, Vol 50, No.2.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit: ALFABETA, Bandung.

Susan R., Moira C., Phillip S., dan Neil H. 2012. *Online Customer Experience in E-Retailing: An Empirical Model of Antecedents and Outcomes*. Journal of Retailing 88 (2, 2012), 308-322.

WIRADARMA, I Wayan Angga RESPATI, Ni Nyoman Rsi. 2020. *PERAN CUSTOMER SATISFACTION MEMEDIASI PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA LAZADA DI DENPASAR*. E-Jurnal Manajemen, [S.l.], v. 9, n. 2, p. 637 - 657, feb. 2020. ISSN 2302-8912. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/54121>. Diakses pada: 02 aug. 2023. doi: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i02.p12>.