

DAFTAR PUSTAKA

- Ailudin, M., & Sari, D. (2019). Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pelanggan One Eighty Coffee Bandung). *EProceedings of Management*, 6(1).
- Andrian, W., & Fadillah, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(1), 53–60.
- Ariasa, M., Rachma, N., & Priyono, A. A. (2020). Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai, Pengalaman Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Yang di mediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Pada Pengguna Smartphone Xiaomi di Kelurahan Dinoyo, Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(04).
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Didin Kartikasari. (2013). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Penelitian Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas

- Brawijaya Yang Mengkonsumsi Produk Mie Instan Merek Indomie). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 3(2), 74110.
- Farida, N. (2021a). *Dimensi Nilai dan Loyalitas Pelanggan* (M. A. Yaqin (ed.); 2nd ed.). CV. ISTANA REGENCY.
- Farida, N. (2021b). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Promosi Penjualan Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Alfa Cell di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1121–1134.
- Firdaus, F. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Private Label Indomaret (Studi Pada Konsumen Indomaret Di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9234>
- Gale, B. T., & Wood, R. C. (1994). *Managing Customer Value: creating quality and service that customer can see*. The Free Press.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Proram IBM SPSS 21. *Edisi7. Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Hariyadi, G. T. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN BERBELANJA DI MINIMARKET (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 16–32. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v1i1.1475>
- Hasniati, H., Indriasar, D. P., & Sirajuddin, A. (2021). Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention Produk Online dengan Customer

- Satisfaction sebagai Variable Intervening. *Management and Accounting Research Statistics Journal*, 1(2).
- Hawkins, Del I, D. (2007). *Consumer Behaviour*. The McGraw-Hill Companies, Inc.
- J.P, C., & P.S., S. (2006). *Business Research Method (terjemahan)*. PT. Media Global Edukasi.
- Jazuli, S. F. (2020). Pengaruh Nilai yang Diterima dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Travel Umroh. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 11(1), 1035–1040.
- Kinnear, T. ., & Taylor. (1996). *Marketing Reseacrh* (5th Editio). Mc Graw Hill.
- Kotler, P. (2004). *Ten Deadly Marketing Sins*. Esensi.
<https://books.google.co.id/books?id=Ox93wUkIiuwC>
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (13th Editi). Pearson Prentice Hall International.
- Logiawan, Y. (2014). Analisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–11.
- Pramudita, Y. A., & Japariato, E. (2013). Analisa Pengaruh Customer Value dan Customer Experience terhadap Customer Satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–7.

- Purbandandari, E. Sugandini, D., & Sutiono, H. (2018). WORD OF MOUTH SEBAGAI KONSEKUENSI KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11 (1), 11.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25205/jmpj.v11i1.2355>
- Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 300–312.
- Rahmadevita, L. D., Suharyono, S., & Kumadji, S. (2013). Pengaruh Reputasi Merek dan Komunitas Pelanggan terhadap Nilai Pelanggan, Word of mouth serta keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Non-Member Produk Kesehatan Melilea di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *PROFIT: JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 7(1).
- Rahmadewi, T., Farida, N., & Dewi, R. (2015). Pengaruh CRM Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Brand Trust Pada Pt. Nasmoco Pemuda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*, 4(3), 243–254.
- Salim, F. K., & Catherine. (2013). Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen di TX Travel Klampis. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Sari, F. P. (2019). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PAKET UMRAH DI PT PESONA MOZAIK KOTA*

CIREBON. Universitas Pendidikan Indonesia.

- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate*. Free Press.
- Sihite, R., Sunarti, S., & Pangestuti, E. (2016). Pengaruh Customer Value Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Pantai Balekambang, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(1), 112–118.
- Suchánek, P., Richter, J., & Králová, M. (2017). Customer satisfaction with quality of products of food business. *Prague Economic Papers*, 2017(1), 19–35.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis* (16th ed.). CV. ALFABETA.
- Surmawan, Uj. (2004). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (L. Krisnawati (ed.); II). Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220.
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran jasa Edisi ketiga*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Yusuf, J. C., Prayogo, F. R., & Andreani, F. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Traveloka. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 9(1).