

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, E. N. (2015). The effect of experience, website quality, and trust on the repurchase intention online at sites. *Journal of Marketing*, 6(1), 27-44.
- Alfaini, D., Ediyanto, E., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Apotek Al Afiah Mangaran Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(8), 1559-1572.
- Aisyah, Y., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk Dalam Menentukan Minat Beli Ulang Pada Toko Inayah Store Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(5), 1052-1069.
- Alfaini, D., Ediyanto, E., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Apotek Al Afiah Mangaran Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(8), 1559-1572.
- Alex, D., & Thomas, S. (2011). Impact of product quality, service quality and contextual experience on customer perceived value and future buying intentions. *European Journal of Business and Management*, 3(3), 307-315.
- Berliansyah, R. A., & Suroso, A. (2018). The Influence of Food & Beverage Quality, Service Quality, Place, and Perceived Price To Customer Satisfaction and Repurchase Intention. *Journal of Research in Management*, 1(1).
- Chandra, S., Rizan, M., & Aditya, S. (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.
- Cronin, J.J. & Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension, *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- DataIndonesia.id. (2022, 21 Desember). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% pada Kuartal III/2022*. Diakses pada 9 Maret 2023, dari <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-357-pada-kuartal-iii2022>
- Fatimah, N. O., & Transistari, R. (2023). Terhadap Repurchase Intention Konsumen Kopi Njongke Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*. 3(2), 165–174.
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada warung gubrak KEPRI mall Kota Batam. *Jurnal Elektornik*, 1(1), 1-9.
- Ferdinand. (2005). *Structural equation modeling dalam penelitian manajemen*. Semarang: Badan penerbit universitas diponegoro.

- Ferdinand. (2014). *Management Research Methode* 5th editions. Semarang: Badan penerbit Universitas diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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), 1–10.
- Heizer, Barry Render. (2015). *Operations Management (Manajemen Operasi)*. Edisi Sebelas. Salemba Empat. Jakarta.
- Ibzan, Eliasaph; Farida Balarabe; Balarabe Jakada. (2016). Consumer Satisfaction And Repurchase Intention. *Developing Country Studies*. 6(2): 96-100
- Irawan, M. B. A. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Iriyanti, E., Qomariah, N., & Suharto, A. (2016). Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada depot mie pangsit Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1).
- Kartika, I. A. P. D. K., & Prasetio, A. (2021). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Indonesia). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 1-7.
- Katadata. (2022, 8 Agustus). Konsumsi Masyarakat Tumbuh 5,51% Pada TW II 2022. *Databoks*. Diakses pada 9 Maret 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/08/konsumsi-masyarakat-tumbuh-551-pada-tw-ii-2022>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022, 8 November). Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022. Diakses 9 pada Maret 2023, dari <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022>
- Kim, H., & Choi, B. (2013). The influence of customer experience quality on customers' behavioral intentions. *Services Marketing Quarterly*, 34(4), 322-338.
- Kotler, P & Armstrong, G (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
- Kumar, A., & Dash, M. K. (2015). E-service quality dimensions' effect on customers' willingness to buy: structural equation modelling approach. *International Journal of Services and Operations Management*, 22(3), 287-303.

- Liu, Y., Pu, B., Guan, Z., & Yang, Q. (2016). Online Customer Experience and Its Relationship To Repurchase Intention: An Empirical Case of Online Travel Agencies in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(10), 1085-1099.
- Mafidayu, N., & Vania, A. (2022). Service Quality Terhadap Repurchase Intention di Mediasi Oleh Customer Satisfaction. *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 54-62.
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Sunaryo, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Merek terhadap Niat Pembelian Ulang di Toko Online Tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 8(1).
- McColl-Kennedy, J. R., Gustafsson, A., Jaakkola, E., Klaus, P., Radnor, Z. J., Perks, H., & Friman, M. (2015). Fresh perspectives on customer experience. *Journal of Services Marketing*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.
- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Stephani, G. (2018). The Effect of Online Customer Experience Towards Repurchase Intention. *International Journal of Supply Chain Management*, 7(5), 548–558.
- Prastyaningsih, A. S. (2014). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Niat Membeli Ulang)(Survei pada Konsumen KFC di Lingkungan Warga RW 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12.
- Safitri, K. (2017). Analisis Pengaruh Customer Experience dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang di Storia Caffe MMXVI. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 195532.
- Saleem, M. A., Zahra, S., & Yaseen, A. (2017). Impact of Service Quality and Trust On Repurchase Intentions–The Case of Pakistan Airline Industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(5), 1136-1159.
- Salim, M. A., Soliha, E., & Siswanto, A. B. (2020). Effect Location, Price Perception of Customers Satisfaction and Impact on Repurchase Interest (A Study on Lion Air Flight Services Customer at Ahmad Yani Airports). *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 11(5), 157–169.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Andi Offset.

- Sarahnadia, & Suryoko, S. (2017). The Influence of Store Atmosphere, Location and Price on Repurchase Intention (Case Study on the Costumer of Carrefour DP Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 254–260.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*, 15(1-3), 53-67.
- Shidqi, M. D., Farida, N., & Pinem, R. J. (2022). Pengaruh Customer Experience, Brand Trust, Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Suzuki Pick Up di Kota Cilacap). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 441-451.
- Sriwidodo, U., & Indriastuti, R. T. (2010). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(2).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, P., & MM, P. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi (Doctoral dissertation, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Publisher).
- Tan, Y. (2019). Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank Central Asia Tbk. Studi Kasus KCU Darmo Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6(1), 10.
- Tania, C. A., & Aditi, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Terhadap Minat Membeli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 2(1), 16-32.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*, Edisi pertama, Yogyakarta; Penerbit Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Sevice Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Andi, Yogyakarta.
- Utami, Cristina Widya. (2012). *Manajemen Ritel*. Jakarta :Penerbit Salemba Empat.
- Widyartini, A. A., & Purbawati, D. (2019). Pengaruh service quality dan price terhadap repurchase intention dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening pada konsumen e-commerce elevenia. co. id di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 138-148.
- Wijaya, Z. R., & Sanusi, F. D. (2021). *Pengaruh Customer Experience, Location dan Product Diversity Terhadap Repurchase Intention*. 4(2), 207–217.
- Wirjana, N. Y., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Bisnis E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(5), 217-223.

Yulisetiari, D., Subagio, A., Paramu, H., & Irawan, B. (2017). Customer repurchase intention and satisfaction in online shopping.

