

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, & Julitriarsa, D. (2021). Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pembelian Produk skincare Di E-Commerce Shopee. *Cakrawala Bisnis*, 2(2), 287–300.
- Arzety, A. V., Kurniawan, D., & Husadha, C. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Kemasan Merek AQUA di Tengah Isu Negatif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(8), 285–294. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i8.6139>
- Candra, F., Sari, P., Suzana, A. J., Achadi, A., & Masita, T. E. (2022). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan , Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan Konsumen , Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Purwokerto*. 1, 1–11.
- Fadly, M., Bulan, T. P. L., & Amilia, S. (2023). *Pengaruh Customer Satisfaction Dan Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Garnier Men Di Kota Langsa*. 3(1), 221–230.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). *ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG PADA KOSMETIK WARDAH (STUDI PADA KONSUMEN KOSMETIK WARDAH DI KOTA BATAM)*. 3(1), 40–52.
- Hutasoit, S. T. M. (2024). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Di Marketplace Lazada*. 10(1).
- Ichsan, Z. I., & Silvianita, A. (2023). Minat Beli Ulang dari Segi Pengalaman dan Persepsi Nilai Produk Aqua (Studi Konsumen di Kota Bandung). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2942–2949.
- Izzati, H. F., & Puspitasari, D. (2016). Pembelian Ulang Pada Ritel Lotte Mart Semarang Dengan Menggunakan Model Jalur Partial Least Square. *Industrial Engineering Online Journal*, 4(2).
- Janah, M., Haryanti, I., & Ernawati, S. (2023). *Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Foodbox Kota Bima*. 2(3), 216–237.
- Lathifa, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen di Bandung). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1), 55. <https://doi.org/10.30659/ekobis.24.1.55-71>
- Monica, T., & Widaningsih, S. (2020). *Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Taman Kardus Bandung)*. 6(1), 30–36.
- Nurhayati, & Murti, W. W. (2012). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG MASYARAKAT TERHADAP PRODUK HANDPHONE*. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang Abstraksi*, 8(2), 47–62.

- Pandiangan, S. M. T., Resmawa, I. N., Simanjuntak, O. D. P., Sitompul, P. N., & Jefri, R. (2021). Effect of e-satisfaction on repurchase intention in Shopee user S\students. *Budapest Internation Research and Critics Institute-Journal*, 4(4), 7785–7791.
- Permatasari, N. F. (2023). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN E- MARKETING TERHADAP MINAT BELI ULANG (Survei Pada Konsumen UMKM Nana 's Homemade Solo, Boyolali)*.
- Pranatika, D., & Albari. (2022). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Motivasi Hedonis terhadap Minat Pembelian Ulang Online*. 01(02), 92–105.
- Razak, I. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. 7(2).
- Ryansa, M., Widiartanto, & Pradhanawati, A. (2023). *TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG GRABFOOD DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA GENERASI Z MAHASISWA S1 UNIVERSITAS DIPONEGORO) Pendahuluan*. 12(2), 573–581.
- Sasongko, S. R. (2021). *FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1), 104–114.
- Sudarijati, ., Andari, T. T., & Rosyada, R. (2020). Minat Beli Ulang Berbasis Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk (Kasus Pada Sate Maranggi Sn4444 Tajur Bogor). *Jurnal Visionida*, 6(2), 52. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3503>
- Suparno Saputra, S.E., M. M., & Sudarsa, R. Y. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI GRAND SETIABUDI HOTEL & APARTMENT*. 9(September), 21–31.
- Wicaksana, M. R. A., & Santosa, S. B. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pelanggan JNE di Kota Semarang)* Mohammad. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(3), 1–12.