

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), 1050–1057. <https://Openlibrarypublications.Telkomuniversity.Ac.Id/Index.Php/Managemen T/Article/View/9026>
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62. <https://Doi.Org/10.31599/Jmu.V2i2.759>
- Asfina, W., & Jadmiko, P. (2023). Pengeruh Experiential Marketing, Customer Experience, Dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Ms Glow Di kota Padang (Studi Kasus Masyarakat Kota Padang). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (Jebs)*, 3(3), 391–395. <https://Doi.Org/10.47233/Jebs.V3i3.1121>
- Ayaumi, R. S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Pesan Antar Gofood Saat Pandemi Covid-19 Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 181. <https://Doi.Org/10.31599/Jmu.V3i2.940>
- Fadly, M., Bulan, T. P. L., & Amilia, S. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction Dan Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Garnier Men Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 3(1), 221–230.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 (Edisi 9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hutajulu, M., Tawas, H., Experiential Marketing, P., Makanan, K., Kepercayaan, D., Hutajulu, M., Tawas, H., Rogi, M., & Ekonomi Dan Bisnis Jurusan, F. (2022). The Effect Of Experiential Marketing, Food Quality, And Trust In Repurchase Interest In Manado Geprek Benu Chicken. *2109 Jurnal Emba*, 10(4), 2109–2120.
- Jaya, U. A., & Putri, T. C. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang*. 4.
- Katubi. (2020). Analisis Gaya Hidup, Bintang Iklan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Online Shopee (Studi Kasus Dilakukan Pada Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta Fakultas Ekonomi Prodi

Manajemen).

Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah, 18(3), 203–219.
<https://ejournal.unsa.ac.id/index.php/smoothing/article/view/486>

Lestari, D. P., & Dwiarta, I. M. B. (2021). Pengaruh Persepsi Harga , Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Rokok Gudang Garam Surya 12 Di Gresik. *Journal Of Sustainability Business Research*, 2(1), 242–250.

Liza Zulbahri1), M. N. (2019). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan Pengaruh Word Of Mouth Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat*. 1–9.

Lukitaningsih, A., Ningrum, N. K., & Muttaqin, F. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Product Quality Dan Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Yogyakarta). *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 7(1), 372.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.794>

Mantala, R., & Firdaus, M. R. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Smartphone Android (Studi Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(2), 153–164.

Maulana, A. Z., & Sukresna, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi: Pada Pelanggan Produk Roti Que Bread Di Kota Bogor). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Mayer, R. C., Davis, J. H., Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1927). Monthly Report. *Journal Of The Institute Of Brewing*, 33(1), 1–5.
<https://doi.org/10.1002/j.2050-0416.1927.tb05040.x>

Monica, T & Widaningsih, S. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang. *E-Proceedings Of Applied Science*, 6(1), 30–36.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedsciences/article/view/11505>

Mutia, A. (2022). *Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri Dan Kecantikan Di Indonesia (2014-2027)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>

Nilawati, W. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Kopi Abc Di Desa Pancoran Bondowoso). *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*,

- 9(1), 74–78.
[Http://Jurnal.Unmuhjember.Ac.Id/Index.Php/Smbi/Article/View/2373](http://Jurnal.Unmuhjember.Ac.Id/Index.Php/Smbi/Article/View/2373)
- Ningsih, F. F., Darmawan, K., & ... (2021). Pengaruh Harga, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kecamatan Kunir Kabupaten ... *Jobman: Journal Of* ... 43–52.
[Https://Jkm.Itbwigalumajang.Ac.Id/Index.Php/Jrm/Article/View/470](https://Jkm.Itbwigalumajang.Ac.Id/Index.Php/Jrm/Article/View/470)
- Nurmansyah, A. A. H., & Rizal, K. (2022). *The Influence Of Word Of Mouth , Social Media Marketing And*. 4(2), 509–517.
- Oktavianti, A., Lisdiana, N., & Rahayu, L. P. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Word O Mouth Terhadap Minat Beli Ulang (Repurchase Intention). *Ekobis : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 214– 222.
<https://doi.org/10.36596/ekobis.V10i2.834>
- Peter, J Paul dan Olson, J.C (2014). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Selemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta, Cv.
- Purba, N. C., & Mustikasari, A. (2020). *The Impact Of Customer Experience On Re-Purchase Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia*. 6(2), 1092–1102.
- Ratnasari, I. (2019). Pengaruh Customer Experience, Promosi Penjualan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Milkbar CafeGombong Kebumen. *Management Of Journal*, 1–12.
- Rizaldi, A. F., & Wijaksana, I. T. (2020). *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Produk Ikan Sarden Pt HeinzAbc Indonesia*. 6(July), 1–23.
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-Bisma)*, 1(1), 1–9.
[Https://Doi.Org/10.37631/E-Bisma.V1i1.212](https://doi.org/10.37631/E-Bisma.V1i1.212)
- Samosir, M. D., & Santoso, A. B. (2022). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Produk Kopi Starbucks Di Kota Semarang. *Seiko*, 5(2), 189–200.
- Stephanie, S., Syawaluddin, S., Putra, A., & Goh, T. S. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Dan Customer Relationship Management Terhadap Minat Beli Ulang Pt. Hasana Makmur Sejati Jaya Medan. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 944.
[Https://Doi.Org/10.33087/Jmas.V7i2.574](https://doi.org/10.33087/Jmas.V7i2.574)

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Cv.
- Tegowati. (2016). Minat Beli Ulang Handphone Evercoss Di Pusat Pembelian Handphone Wtc Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, *Ii*(2), 406–416.
- Utami, D. I. (2022). Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Bittersweet By Najla Cabang Depok. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *I*(04), 33–42. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.143>
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal Emt Kita*, *7*(1), 47–61. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>
- Yasmir, Y., & Antoni, F. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Pada Toko Sumber Makmur. *Jurnal Administrasi Sosial Dan Humaniora*, *6*(2), 261. <https://doi.org/10.56957/jsr.v6i2.242>
- Ella Skincare Solo. (2019, Oktober) Ellas Skin Clinic “Raih Kulit Terbaikmu” dengan teknologi canggih terkini, variasi perawatan yang lebih lengkap, hasil yang nyata dalam 1 kali perawatan. <https://www.ellaskincare.co.id/>