

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, I. N. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, dan Word Of Mouth terhadap Minat Beli Ulang (studi pada konsumen KFC di kota Semarang)*.
- Anggraeni, M., Farida, n., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Perceived Value dan brand image terhadap Repurchase Intention melalui variable intervening smartphone Samsung Galaxy Series. *Diponegoro Jurnal of Social Political of Science*, 1-9.
- anggreni, p. (2015). PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUASAN DAN minat beli ulang pelanggan pasar ubud. 1-16.
- Arifin, S., Suharyono, & Wilopo. (2013). Pengaruh Perceived Price dan Perceived Value pada Produk Bundling Terhadap Minat Beli (Survei Minat Beli handphone BlackBerry-Indosat pada mahasiswa. *Jurnal administrasi bisnis. Vol 1*.
- Azhari, M. I. (2019). *Pengaruh Customer Experience terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian ulang (survei pada pelanggan KFC kawi malang) jurnal administrasi bisnis*, 143-148.
- Dewi, R. S. (2017). *PENGARUH CUSTOMERr RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI BRANS TRUST*.
- Dr. Hj. Dewi Indriani Jusuf, S. M. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta.
- Dyajeng, P. S., & Rachma, D. L. (2020). *Pengaruh Endorser Terhadap Purchase Intention dengan Perceived Value dan Perceived Usefulness sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Viewer Food Vlogger of Youtube Channel)*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Apllikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universiitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018:129). *Apllikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2014 ). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta.
- Hasan, A. (2018). *Marketig dan Kasus-Kasus Pilihan*. Media Pressdindo.

- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hidayati, s. d. (2017). *Faktor-Faktor yang Membentuk Komunikasi Word Of Mouth dan pengaruhnya Terhadap keputusan Pembelian Ulang (studi pada konsumen ketan legenda batu)*, 6.
- Keller, K. &. (2016). *Marketing Management*. pearson education limited.
- Keller, K. &. (2016). *Marketing Management* . England: Global Edition.
- Kotler, P. d. (2013). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13.* . Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta Salemba Empat.
- Meyer, C. &. (2014 : 397). *Understanding customer experience* (Vol. 2). cambride.
- Muchlis, G. W. (2021). *Pengaruh E-Satisfaction dan E-Trust terhadap Repurchase Intention Melalui E-Word of Mouth(E-Wom) sebagai variabel interoving E-Commerce Buka Lapak pada Generasi Millenial* .
- Nabila, A. L., & Armidah. (2020). Pengaruh Customer Perceived Value dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention pada Objek Wisata The Great Wall of Koto Gadang. *Fakultas Ekonomi Unniversitas Negri Padang*, 1-11.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* . Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Purnomo, R. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group.
- Rossanty, Y. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millenial*.
- Saputra , Y., Sjafitri, H., & Candra, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa, Lokasi dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Pada Bengkel Fery Motor Padang . *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 1-10.
- Sayuti, M. H., & Dewi, C. K. (2015). judul ANALISIS PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA KAFE NOM NOM EATERY BANDUNG . 1-9.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018:126). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018:127). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Wijoyo, H. (2021). *Manajemen Pemasaran* . Insan Cendekia Mandiri.

Wijoyo, H. (2021:16). *Manajemen Pemasaran*. Insan Cendekia Mandiri.