

## DAFTAR PUSTAKA

- Agatika Prameswara, E. S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek, Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Pada Pelanggan Motor Yamaha di Kabupaten Kendal*.
- Aulia Nur Annisa, L. S. (2019). *Analisis Pengaruh Customer Experience, User Experience, dan Hambatan Berpindah terhadap keputusan Beli Ulang Studi Kasus pada Konsumen GO-JEK di Purwokerto*.
- Azhari, M. I. (2019). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Ulang (Survei Pada Pelanggan KFC Kawi Malang) , 143-148*.
- Berliana Putri Damayanti, N. (2022). *Pengaruh Customers Experience dan Customers Satisfaction terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Avoskin: Studi pada Followers Akun Autobase @ohmybeautybank*.
- Cannon, J. d. (2013 : 16). *Pemasaran Dasar. Edisi I , Salemba Empat*. Jakarta: Erlangga.
- Dewi, R. S. (2017). *Pengaruh Customer Relationship Management Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Brands Trust*.
- Diallo, M. (2013). *Effects Os Store Image And Store Brand Price Image On Store Brand Purchase Intention : Application To An Emerging Market. Journal Of Retailing And Consumer Service*.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Firza Rizqulloh, T. E. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada BUKALAPAK.COM*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2014 : 15). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta.
- Hasan, A. (2018 : 131). *Marketing dan Kasus-Kasus pilihan*. Yogyakarta.
- 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.
- I Gusti Kadek Yuni Elayanti, N. W. (2022). *Pengaruh Brand Image, Kualitas dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang*.
- Ida Ayu Prayoni, N. N. (2020). *Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang*.
- Ika Nur Khikmatul Aini, R. M. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, dan Word of Mouth Terhadap Beli Ulang ( studi pada konsumen KFC di Kota Semarang)* .

- Isfiandi, A. M. (2019). *Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Keramik Mulia Tile Pada PT. SURYA ASIA ABADI DI PEKANBARU*.
- Kotler, K. (2015). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- 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.
- Muhammad Zaenuri, A. S. (2018). *Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus pada Konsumen restoran Gudeg Yu Djum Jl. Kaliurang Km. 5 Koncoran Gg. Sri Katon 2 Yogyakarta*.
- Murwanti. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Ulang Jasa Service Motor Mediasi (studi pada bengkel motor Ahhas cabang UMS)*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* . Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Purnomo, R. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group.
- Purnomo, R. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.

- Rahmawati, P. (2015). *Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta*.
- Rossanty, Y. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millennial*.
- Silvia Hanisa, R. H. (2020). *Pengaruh Store Atmosfere, Iklan dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pelanggan Pada KFC di Margonda Depok*.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* . Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Immu.
- Tjiptono. (2013). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta.

- Triyani Rahmadewi, N. F. (2015). *Pengaruh Crm Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Brand Trust Pada PT. Nasmoco Pemuda.*
- Wijaya, N. &. (2017). *Pengaruh Brand Performance Terhadap Repeat Purchase Dengan Competitive Advantage dan Customer Engagement Sebagai variabel intervoening pada pengguna sepeda motor honda di surabaya. Jurnal Strategi Pemasaran, 1-9.*
- Wijoyo, H. (2021). *Manajemen Pemasaran. Insan Cendekia Mandiri.*