

DAFTAR PUSTAKA

- Ailudin, M., & Sari, D. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan One Eighty Coffee Bandung). *e-Proceeding of Management*, 6(1), 1050–1057.
- Ananda Putri Suryaningtyas, Nanik Wahyuningtiyas, & M Ridwan Bassalamah. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Product Quality Terhadap Pembelian Ulang Ice Cream Mixue. *Riset Manajemen*, 12(1), 1581–1589.
- Ayu, I., Dewi, P., Kartika, K., & Prasetyo, A. (2022). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention. *Journal of Management & Business*, 5(2), 1–7.
- Damayanti, B. P., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Customers Experience dan Customers Satisfaction terhadap Pembelian Ulang Produk Avoskin: Studi pada Followers Akun Autobase @ohmybeautybank. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1698–1714. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i6.1216>
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 50–62. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Dara, N. D., Fitriadi, B. W., & Barlian, B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Rabbani Tasikmalaya). *Journal of Indonesian Management*, 3(3), 459–468.
- Emes, L. S., & Sari, D. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marka Coffee & Kitchen. *eProceedings of Management*, 6(1), 1360–1365.
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 177–186. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4228>
- Fauziah, K. N., Sudianto, & Nabella, S. D. (2022). Pengaruh Kelengkapan Data, Ketelitian, Kecepatan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Federal International Finance (Fif) Cabang Batam. *Postgraduate Management Journal*, 2(1), 40–51.

- Febiwenesya Forever, P. P. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Pengguna E-Commerce. *Journals USM* , 618–626.
- Ghozali, L. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi Ke 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harjadi & Arraniri. 2021. *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon : Insania.
- Hernikasari, I., Hapzi Ali, & Hadita, H. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437–450. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>
- Iis Musarofah. (2020). Pengaruh Keanekaragaman Produk, Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang. *Prosiding (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi)*, 1–11.
- Kartika, D. R. R., Imbayani, A. G., & Prayoga. S. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Starbuck Denpasar. *Jurnal Emas*, 2(1), 51-70.
- Kosli, J., Yuwono, V. K., & Soediro, M. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Atmosfer Restoran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Kajian terhadap sebuah restoran x di Makassar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 10(2), 1317–1326.
- 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). *Journal of Economics and Business*, 7, 372–378. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.794>.
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Mustika, I., & Wulandari, D. P. (2023). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Salah Satu Villa Di Alahan Panjang. *Jurnal Visionida*, 9(1), 7–16. <https://doi.org/10.30997/jvs.v9i1.8521>
- Olohota Laia, Paskalis Dakhi, dan E. F. Z. (2021). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD As Laia Di Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 10–22.
- Purnamawati, N. L. A., Mitariani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020).

- Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) *Jurnal Online Internasional & Nasional*, Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Putra, R. A., & Santoso, E. B. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk Herbal HNI HPAI. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 105–108.
- Prakoso, W., & Dwiyanto, B. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen Rown Division Di Kota Solo. *Diponegoro Journal Of Management*, 10(4), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Ilmu Manajemen*, 9(5),2.<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>
- 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>
- Sopiah & Sangadji.2022. *Salesmanship (Penjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudirman, A. 2022. *Brand Marketing*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono, P.D.2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store’S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>
- Welsa Henny, I. S. K. dan R. N. (2021). Welsa Henny, Ignatius Soni Kurniawan, dan Risang Nagar. Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Image Konsumen Rocket Chicken. *Journal Competency of Business*, Vol. 5 No. 1(1), 10–27.
- Wicaksono, P. A. (2020). Pengaruh Visual Merchandising, Product Display dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen

- Rita Pasaraya di Kota Kebumen, *Jurnal Volatilitas*, 2(4), 1–16.
- Widya, Y., & Samuel, H. (2018). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dimoderasi Oleh Media Sosial Pada De Mendailing Cafe Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–8.
- Wibisono, B. 2023. *Ilmu Dasar Marketing*. Anak Hebat Indonesia.
- Yasa & Budi. 2023. *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang*. Cilacap: Media Pustaka Indonesia.
- Yusuf, J. C., & Prayogo, R. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Traveloka. *Jurnal Petra*, 9(1), 1–11.