

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, I., Rahmawati, L., & Wardhana, T. (2018). Demographic Profile, Clinical and Analysis of Osteoarthritis Patients in Surabaya. *Biomolecular and Health Science Journal*, 1, 34–39. <https://doi.org/10.20473/bhsj.v1i1.8209>
- Angeline, S. C., & Utami, C. W. (2023). Pengaruh Sales Promotion, Service Quality dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Layanan ShopeeFood di Kota Surabaya. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 8, 1–17.
- Ardelia, N. P. D., & Rahyuda, I. K. (2022). Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Pengalaman Pelanggan Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(10), 1295–1310. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i10.p13>
- Bakti, R., & Perkasa, E. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PAM PT. Watertech Estate Cikarang. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 2, 15–35.
- Dabrynin, H., & Zhang, J. (2019). The Investigation of the Online Customer Experience and Perceived Risk on Purchase Intention in China. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 13, 16–30. <https://doi.org/10.33423/jmdc.v13i2.2005>
- Dharma, S. (2019). *Manajemen kinerja: Falsafah, Teori dan Penerapannya*. (3 ed.). Pustaka Pelajar.
- Felita, C. I., & Japariato, E. (2015). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Engagement dan Customer Trust Sebagai Variabel Intervening di The Body Shop. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA*, 1, 1–10.
- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen* (5 ed.). UNDIP Press.
- Ghozali, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM* (9 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidz, G. P., & Rahma, S. (2023). Analisis Hubungan antara Brand Image, Brand Trust dan Perceived Quality terhadap Niat Beli Konsumen pada Merek Pakaian Impor. *JiIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6(5), 3405–3418. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.1806>

- Hair, J. F., M. Ringle, C., P. Gudergan, S., Fischer, A., Nitzl, C., & Menictas, C. (2019). Partial least squares structural equation modeling based discrete choice modeling: An illustration in modeling retailer choice. *Business Research*, 115–142. <https://doi.org/10.1007/s40685-018-0072-4>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4, 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Handayani, R. (2020). *Metodologi penelitian sosial* (1 ed.). Trussmedia Grafika.
- Hidayah, A., & Mudjiyanti, R. (2020). Pengaruh Sikap, Fashion Leadership, Kepercayaan Konsumen Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Produk Fashion Secara Online. *SEMNAS LPPM*, 2, 458–469.
- HM, J., & Abdillah, W. (2019). *Konsep dan aplikasi PLS (partial least square)* (1 ed.). Yogyakarta : BPF E.
- Katubi. (2020). Analisis Gaya Hidup, Bintang Iklan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Online Shopee. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, 18, 203–219.
- Kotler, philip, & Keller, kevin lane. (2018). *Manajemen Pemasaran* (adi Maulana & Y. S. Hayati, Ed.; bob sabran, Penerj.; 13 ed., Vol. 1). Erlangga.
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan Terhadap Keputusan Helm KBC. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3, 155–164.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2019). *MKTG : Principles of Marketing* (7 ed., Vol. 1). Cengage Learning.
- Limakrisma, N., & Purba, T. P. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis* (2 ed.). Mitra Wacana Media.
- Mowen, J., & Minor, M. (2016). *Consumer Behavior* (D. Kartini Yahya, Penerj.; 5 ed.). Erlangga.
- Muchsin. (2017). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen Blackberry di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(1), 85–89.

- Oktaviani, S., Putri, A. D., & Handayani, M. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Lazada). *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2, 37–45.
- Parhusip, A. A., & Lubis, N. I. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi kasus pada toko online tokopedia.com). *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 5(2), 17–28. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v5i2.748>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial* (1 ed.). Pustaka Setia.
- Puranda, N. R., & Madiawati, P. N. (2017). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Bisnis dan Iptek*, 10, 25–36.
- Rosdiana, R., Iyus Akhmad, H., & Kadek Rai, S. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11, 318–328.
- Sedjati, Hj. R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran* (1 ed., Vol. 4). Deepublish.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 1). UB Press.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif: (Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)* (S. Y. Suryandari, Ed.; 1 ed.). Alfabeta.
- Suprpto, R., & Wahyuddin Azizi, M. Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran* (Pertama). Myria Publisher.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (1 ed.). ANDI.
- Wibowo, A. F., & Riyadi, E. S. H. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Prestise dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang). *Muhammadiyah University Press*, 1, 97–113.
- Wingsati, W. E., & Prihandono, D. (2017). Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6, 196–205.
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen

Situs Jual Beli Online Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi.
CAKRAWALA – Repositori IMWI, 3, 11–21.

Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). *The Effects of the Online Customer Experience on Customer Loyalty in e-Retailers*. 6(5), 208–214.
<https://doi.org/10.22161/ijaems.65.2>