

REFERENCES

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press.
- Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 3(3), 123-128.
- Agustina, A., & Julitriarsa, D. (2022). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang pada Pembelian Produkskincare di E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 287.
- Aini, I. N. K., Marlien, R. A., & Riva'i, A. R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen KFC di Kota Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 263-276.
- Alvian, M. S., & Prabawani, B. (2020). Pengaruh sales promotion dan keragaman produk pada shopee terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 191-200.
- Angelin, N. P., & Astono, A. D. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Produk Kopi Kenangan. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(2), 2412-2426.
- 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), 181-192.
- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 630–648. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00718-x>
- Dumatri, A. C. A., & Indarwati, T. A. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Niat Beli pada Burger King Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 478-488.
- Ekonomi, Dosen. (2022, August 9). Sarjana Ekonomi - Tempat Belajar Ilmu Ekonomi Secara Gratis | Situs Website Kumpulan Materi Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Secara Lengkap & Gratis. <https://sarjanaekonomi.co.id/sales-promotion/>

- 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.
- Febrina, D. (2021). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen.
- Ganyang, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Ghozali. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heriyadi, E. J. (2021). Analisis Pengaruh Customer Experience Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Beli Ulang Pada Starbucks Coffee Di Pontianak: Perspektif B2C. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 9(2), 088-106.
- Hermawan, E. (2023). Pengaruh Niat Beli: Analisis Persepsi Harga, Pengetahuan Produk dan Citra Perusahaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Terapan*, 1(1), 31-39.
- Hervina, U. P., & Marlien, R. A. (2023). Pengaruh Promosi, Saluran Distribusi dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Pada PT. Indolakto Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 527-538.
- Isfiandi, I., & Amin, A. M. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Customer Experience terhadap keputusan pembelian ulang Keramik Mulia Tile pada PT. Surya Asia Abadi di Pekanbaru. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 4(1), 114-129.
- Jho. (2023). Apa itu Customer Experience? Manfaat & Cara Meningkatkan! <https://www.jogjahost.co.id/blog/customer-experience/>
- Kurhayadi, K., Rosadi, B., Yusuf, M., Saepudin, A., & Asmala, T. (2022). The Effect of Company Reputation and Customer Experience on Customer Loyal Behavior Citylink Indonesia. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 5(2), 416-420.
- Kumar. (2020). Statistics: Mean / Median /Mode/ Variance /Standard Deviation | by Anjani Kumar | Analytics Vidhya | Medium. <https://medium.com/analytics-vidhya/statistics>
- Kurniawan, Indra Budi. (2022, November 6). Ini Dia Manfaat Brand Awareness Bagi Bisnis Anda. <https://www.day.id/usaha/artikel-daya/pemasaran/ini-dia-manfaat-brand-awareness-bagi-bisnis-anda>

- Maharani, M. A., Utami, C. W., & Gosal, G. G. (2021). Pengaruh Online Review & Customer Experience Terhadap Brand Image & Purchase Intention Di Paintinterest. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(6), 484-493.
- Nabillah, D., & Lubis, A. (2023). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion terhadap Purchase Intention pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 56-65.
- Nawawi, M. T., & Delvin, D. (2022). "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Niat Beli Produk X Di Jakarta". *Prosiding Serina*, 2(1), 405-414.
- Niagahoster. (April 18, 2022). <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-marketing/>
- Nugroho, D. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh promosi penjualan dan celebrity endorser terhadap niat beli fashion brand lokal Giyomi pada generasi Y dan Z. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1468-1477.
- Populix. (August 5, 2022). Apa itu Marketing? Pengertian, Jenis, Contoh dan Manfaatnya. <https://info.populix.co/articles/marketing-adalah/>
- Prof. Dr. Hj. Siti Patimah, S.Ag., M.Pd, SPT. (2020) Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner, Sub Judul: Hipotesis Penelitian. Ideas Publishing, Kota Gorontalo., Kota Gorontalo.
- Purwaningsih, N., & Susanto, F. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Dirga Mahar. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).
- Ratnasari, I. (2019). Pengaruh Customer Experience, Promosi Penjualan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Milkbar Cafe Gombang Kebumen. *Jurusan Manajemen STIE Putra Bangsa Kebumen*, 1-9.
- Singh, R., & Söderlund, M. (2020). Extending the experience construct: an examination of online grocery shopping. *European Journal of Marketing*, 54(10), 2419–2446. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2019-0536>
- Suciawan, C. C., & Melinda, T. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Niat Beli Konsumen Baticue. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 7(4).

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Thejaya, I. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan Brand Awareness terhadap Minat Beli pada Manna Kopi. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 4(3), 468-478.

Zaid, S., & Patwayati, P. (2021). Impact of customer experience and customer engagement on satisfaction and loyalty: A case study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 983-992.

