

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D. J. 2015. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Online Pada produk Pakaian (Studi Kasus Pengguna Facebook di Kota Pontianak). *Jurnal Manajemen Update*, 4(3), hal. 1-11.
- Ardhanari, Margaretha. 2008. *Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand. Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2): 58-68.
- Annisa A.N, Suwandari L dan Adi H.P. 2019. Analisis Pengaruh *Customer Experience, User experience* Dan Hambatan Berpindah Terhadap Minat Beli Ulang (studi pada Konsumen Go-Jek Di Kota Purwokerto. *Sustainable Competitive Advantage-9(SCA-9) FEB UNSOED*.
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 7(2), 137-156.
- Dharmayana, I.M.A dan Rahanatha, G.B.2018. Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference Dan Kepuasan Konsumen Terhadap minat Membeli Kembali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.6, No.4, 2017: 2018-2046.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran, ed. 3*, Yogyakarta.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 31-40.

Giantari, I. G. A. K, Zain, D, Rahayu, M., and Solimun. 2013. The Role Of Preceived Behavioral Control and Trust as Mediator Of Experience On Online Purchasing Intentions Relationship A Study on Youth in Denpasar City (Indonesia). *International Journal Of Busines and Manajement Invention*, 2(1), pp. 30-8

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Univeritas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi 5)*. Semarang: Univeritas Diponegoro.

Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 1 Edisi Milenium). Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. PT.Indeks. Kelompok Gramedia, Jakarta.

-----, 2006. *Prinsip-prinsip Marketing, Edisi Ketujuh*. Salemba Empat, Jakarta.

-----, 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Jilid I*. Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta.

-----, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12* Erlangga, Jakarta.

-----, 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi 13*. Erlangga, Jakarta.

Lee ,Chai H., Eze,Uchenna C., and Ndubisi, Nelson Oly. 2011. Analyzing Key DeterminantsOf Online Repurchase Intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(2):200-221.

Mar'ati, N.C. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya).

Mayer, R.C., Davis, J.H., and Schoorman, F.D. 1995. An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20(3):709-734.

- Morgan, R.M., dan Hunt, S.D., 1994, The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol.58,July:20-38.
- Mowen, John C., and Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- Nurhayati and Murti, Wahyu Wijaya. 2012. Analisis Faktor-Saktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. *Value Added*. 8(2):47-62.
- Panjaitan, I. 2016. Pengaruh Pelayanan Dan Harga Pada Go-jek TerhadapKepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Media Studi Ekonomi volume 19 No.2 Juli-Desember 2016*
- Prabandari, K. D., & Yasa, N. K. (2019). Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakan Kembali Jasa JNE di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 8(2), 7660-7687.
- Pebrila L, Ramdan A.M dan Samsudin A. 2019. Kekuatan Pengalaman Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handmade Addictive. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana 8 April 2019 hal 341-354*.
- Prastyaningsih, Ayu S., Suyadi, Imam., and Edy Yulianto. 2014. Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 16(1).
- Rizanata, Fahmi M. 2014. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word of Mouth, Niat Beli dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(1):31-42.
- Ruparelia, N., White , L., and Hughes, Kate. 2010. Drivers Of Brand Trust In Internet Retailing. *Journal of Product & Brand Management*, 19(4):250-260.

Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing*.

Scmitt,Be.H.(1999).“Experientialmarketing”,http://pioneer.netserv.chula.th/~ckieatvi/Fathom_Exp_Marketing.html.

Shantika, K.A.A dan Setiawan, Y.P. 2019. Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Persepsi Nilai Pengalaman Terhadap Niat Membeli Kembali (Studi Kasus Pada Toyota Avanza di Kota Denspasar). *E-jurnal Manajemen, Vol.8,No.6,2019:3902-3929*.

Sugiyono, 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif,kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sularto, Lana. 2009. Pengaruh Privasi , Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Internet. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 9(3), 138-155.

Suryana, Popo dan Dasuki, Eliyandi S. 2013. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang. *Trikonomika* , 12(2): 190–200.

Theresia, N.M.M.D., & Wardana,I. M. 2019. Pengaruh Pengalaman Belanja Online, Kepuasan Pelanggan Dan *Adjusted Expection* Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Traveloka. *E-Jurnal Manajemen, Vol.8,No.8,2019:4899-4926*.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Andi Ofset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi PemasaranEdisi III*. Andi. Yogyakarta.

William J. Stanton, Dasar-dasar Pemasaran,Edisi ke Tujuh, Jakarta : *Erlangga jilid ke-1, halaman 113*.