

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, LAVAN. "The Effect of EWOM on Consumer Trust and Purchasing Intention Online," 2019.
- Agustina, Reni. "PENGARUH KEYAKINAN PRODUK HALAL DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI ULANG MEMBER PRODUK ORIFLAME DI KOTA BENGKULU." UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2018.
- Amil, Raihan. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Produk Skincare MS Glow." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021.
- Anggraini, Ratih, and Sumiati Sumiati. "Analisis Pengaruh Faktor Brand Image, Food Quality, Price Dan E-Wom Terhadap Repurchase Intention Pada Oleh-Oleh Khas Kota Batam." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 5, no. 2 (2022): 1214–26.
- Assauri, Sofjan. *Strategic Management, Sustainable Competitive Advantage*. Jakarta, 2011.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemah*. Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2009.
- Dewi, IGAPRP, and Ni Wayan Ekawati. "Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention." *E-Jurnal Manajemen* 8, no. 5 (2019): 2722–52.
- Dharmmesta, Basu Swastha. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Dodds, William B, Kent B Monroe, and Dhruv Grewal. "Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations." *Journal of Marketing Research* 28, no. 3 (1991): 307–19.
- Fandy, Tjiptono. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bayumedia, 2010.
- . *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv.Andi Offset, 2015.
- Fausta, M Fadhil, Patrick Anderson, and Renny Risqiani. "PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, CUSTOMER SATISFACTION, TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA RESTORAN CEPAT SAJI." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan*

Ekonomi 20, no. 01 (2023): 1–9.

Faza, Muhammad Aqsath. “Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek (Studi Pada Smartphone Xiaomi Di Kota Yogyakarta).” *J Fak Ekon* 6, no. 4 (2018): 1–11.

Garg, Ruchi, Zillur Rahman, and M N Qureshi. “Measuring Customer Experience in Banks: Scale Development and Validation.” *Journal of Modelling in Management* 9, no. 1 (2014): 87–117.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2009.

Goyette, Isabelle, Line Ricard, Jasmin Bergeron, and François Marticotte. “E-WOM Scale: Word-of-mouth Measurement Scale for E-services Context.” *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l’Administration* 27, no. 1 (2010): 5–23.

Gruen, Thomas W, Talai Osmonbekov, and Andrew J Czaplewski. “EWOM: The Impact of Customer-to-Customer Online Know-How Exchange on Customer Value and Loyalty.” *Journal of Business Research* 59, no. 4 (2006): 449–56.

Hartimbul ginting, Nembah F. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV.Yrama Widya, 2010.

Hasan, Ali. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo, 2013.

———. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service, 2013.

Hellier, Phillip K, Gus M Geursen, Rodney A Carr, and John A Rickard. “Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model.” *European Journal of Marketing* 37, no. 11/12 (2003): 1762–1800.

Husein, Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Ed.2. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Ilmi, Navi’yatul. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Repurchase Intention Konsumen Skincare Scarlett: Studi Pada e-Commerce Shopee.” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2022.

- Ismagilova, Elvira, Yogesh K Dwivedi, Emma Slade, and Michael D Williams. *Electronic Word of Mouth (EWOM) in the Marketing Context: A State of the Art Analysis and Future Directions*. Springer, 2017.
- Kartika, Ida Ayu Putu Dewi Komala, and Adhi Prasetio. “Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Di Indonesia).” *SEIKO: Journal of Management & Business* 4, no. 2 (2021): 1–7.
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015.
- Kevin Lane Keller, Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Ke-13. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kristanto, Jajat. “Diagram ‘Proses Kebutuhan–Kepuasan Konsumen.’” *FIRM Journal of Management Studies* 1, no. 1 (2016).
- Kusumawati, Ika Pratama, and Sutopo Sutopo. “Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran the House of Raminten Yogyakarta).” *Diponegoro Journal of Management*, 2013, 131–39.
- Meyer, Christopher, and Andre Schwager. “Understanding Customer Experience.” *Harvard Business Review* 85, no. 2 (2007): 116.
- Morrisan. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja grafindo Persada, 2006.
- Munwaroh, Umul Latifatul, and Sulis Riptiono. “Analisis Pengaruh Cafe Atmosphere, Kualitas Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)* 3, no. 5 (2021): 1030–46.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Octavia, shilphy affiatresna. *Sikap Dan Kinerja Guru Profesional*. Sleman: Deepublish, 2019.

- Pangemanan, Shane Anneke, Grace Ropa, and Ivoletti Merlina Walukow. "Impact of Products, Prices and Locations on Consumer Purchasing Decisions in Manado's Boulevart Resto and Café Service Entities." In *First International Conference on Applied Science and Technology (ICAST 2018)*, 78–82. Atlantis Press, 2020.
- Philip Kotler Dan Gary Amstrong. *Bauran Pemasaran*. Ke-4. Jakarta: Pt.Penhalindo, 2010.
- . *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Pt. Gelora Aksara Pratama, 2001.
- Prahiawan, Wawan, Juliana Juliana, and John Tampil Purba. "The Role of E-Satisfaction, e-Word of Mouth and e-Trust on Repurchase Intention of Online Shop." *Anser, MK, Tabash, MI, Nassani, AA, Aldakhil, AM, & Yousaf*, no. 2021 (2021).
- Prasetyo, Bambang D, Nufian S Febriani, Wayan Weda Asmara, Dewi Dian Tamitiadini, Nia Ashton Destrity, Diyah Ayu Amalia Avina, and Azizun Kurnia Illahi. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Universitas Brawijaya Press, 2018.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta, 2017.
- Priyatno, Duwi. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2016.
- . *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2012.
- Putri, Laurensia Hanjani. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy." *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1, no. 2 (2016): 162–70.
- Rifki, Muhammad. "Pengaruh E-Service Quality Dan E-WOM Terhadap Customer Trust Dan Dampaknya Terhadap Repurchase Intention Pada Customer Oyorooms." Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta, 2021.
- Robinnete, S, and C Brand. "Emoticon Marketing." *US: McGrow Hill*, 2008.

- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relation Dan Komunikasi*. Jakarta: Raja grafindo Persada, 2013.
- Saidani, Basrah, and Samsul Arifin. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market." *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 3, no. 1 (2012): 1–22.
- Santoso, Singgih. *Latihan SPSS Statistik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010.
- Saputri, Dea Afrianda Nazal. "Pengaruh Customer Experience Dan E-Wom Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Skincare Nature Republic Aloe Vera 92% Shooting Gel (Studi Kasus Pada Mahasiswi Manajemen Universitas Islam Riau)." Universitas Islam Riau, 2021.
- Sayuti, Muhammad Hafiz, and Citra Kusuma Dewi. "Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kafe Nom Nom Eatery Bandung." *EProceedings of Management* 2, no. 2 (2015).
- Schmitt, Bernd. *Experiential Marketing*. New York: The Free Press, 1999.
- Senjaya, Vivie. "Pengaruh Customer Experience Quality Terhadap Customer Satisfaction & Customer Loyalty Di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya: Perspektif B2c." *Jurnal Strategi Pemasaran* 1, no. 1 (2013).
- Shifa, Lulu Noor. "Strategi Electronic Word of Mouth (e-Wom) Dalam Bisnis Online Di Kota Palangka Raya." IAIN Palangka Raya, 2021.
- Silaban, Enop. "PENGARUH ELEKTONIC WORD OF MOUTH DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE. CO. ID." IIB DARMAJAYA, 2019.
- SUDIBYO, CHRISTIA. "PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN REPURCHASE INTENTION (Studi Pada Pembeli Malang Post)." Universitas Muhammadiyah Malang, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta, 2014.
- . *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,*

- Dan R&D*). Bandung: CV. Alfabeta, 2012.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2017.
- . *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sunyoto, Danang. *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, 2012.
- Syakir Syula, M. *Syariah Marketing*. Jakarta: Mizn Publishing, 2004.
- Wijaya, Zeffanya Raphael, and Fhirlyani Damara Sanusi. “Pengaruh Customer Experience, Location Dan Product Diversity Terhadap Repurchase Intention.” *Cakrawala Repositori IMWI* 4, no. 2 (2021): 207–17.
- Wiratna Sujarweni, V. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.
- Wiyata, Mariati Tirta, Elisya Pramana Putri, and Ce Gunawan. “Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee.” *Cakrawala Repositori IMWI* 3, no. 1 (2020): 11–21.
- Zainal, Veithzal Rivai. *Islamic Marketing Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Zeithaml, Valarie A. “Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence.” *Journal of Marketing* 52, no. 3 (1988): 2–22.