



DAFTAR PUSTAKA

- Al Hasanah, J. U., Kertahadi, & Riyadi. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online.
- Amoako, G. K., Doe, J. K., & Neequaye, E. K. (2021). Online innovation and repurchase intention in hotels : the mediating effect of customer experience.
- Cagan, M. (2021). *INSPIRASI, Bagaimana menciptakan produk teknologi yang disukai pelanggan*. Jakarta: Pt Alex media komputindo.
- Cooper, D., & Schindler, P. (2014). *BUSINESS RESEARCH METHODS (Twelfth Edition)*. New York: McGraw-Hill.
- Czinkota, M., Kotabe, M., Vrontis, D., & Shams, R. (2021). *Marketing Management Past Present and Future (Vol. 4)*. Switzerland: Springer Nature Switzerland AG.
- Dewa, G. B., Pradiatiningtyas, D., & Safitri, L. A. (2022). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Expert.
- Fatonah, S., Sari, C. T., & Habsari, R. W. (2019). Trend for Online Fashion Buying Among College Students. *Journal of Marketing Advances and Practices*, 59-60.
- Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)*. Surabaya: Qiara Media.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2019). *Multivariate Data Analysis eighth edition*. CENGAGE.
- Hari, M., Chaniago, H., & Mujito. (2023). *PERILAKU KONSUMEN*. Jawa Tengah: Wawasan Ilmu.
- Harmayani, H., Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaeon, J. (2020). *E-Commerce: suatu pengantar bisnis digital*. Yayasan kita menulis.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing (19 ed.)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management, 16th Edition*. england: Pearson.
- Lidang, F. (2021). *Membangun E-Commerce Teori,Strategi dan Implementasi*. Jawa Tengah: CV Amerta Media.
- Monica, T., & Widaningsih, S. (2019). Pengaruh Customer Experience terhadap minat beli ulang (studi kasus pada taman kardus bandung).
- Nugroho, D. A., & Suryadi, N. (2023). *Dasar-Dasar Digital Marketing: Teknologi,Media Sosial, dan Strategi*. Malang: UB Press.
- Putra, A. P., & Saluy, A. B. (2019). Analisis kepercayaan, kemudahan pengguna, pengalaman berbelanja terhadap keputusan pembelian di situs jual beli online lazada di karawang.
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., & Apriansyah, R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Padang: Cv. Gita Lentera.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis : pendekatan pengembangan-keahlian*. Salemba Empat.

Setiabudi, A., Sudyasjayanti, C., & Danar Kusuma, A. A. (2021). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR . *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*, 240.

Shindler, P., & Cooper, D. (2014). *BUSINESS RESEARCH METHODS twelfth edition*. McGraw-Hill.

Sinjak, T. J., & Arief, A. R. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo (Survey Pada Uniqlo Online store).

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&*. Bandung: ALFABETA BANDUNG.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.

Yusuf, M., & Ifada, N. (2021). *E-COMMERCE : Konsep dan Teknologi*. Malang: Media Nusa Creative.

Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The effects of the online customer experience on customer loyalty in e-retailers. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 209.