

Daftar Pustaka

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Andi.
- Alamsyah, R. A. (2018). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Di Toko Online. *Manajemen Bisnis*, 6(2), 158–164. <https://doi.org/10.22219/jmb.v6i2.5542>
- Alfred Tjandra. (2018). *Pengaruh Pengalaman Belanja Online, Kepuasan Pelanggan Adjusted Expectations, Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Lazada.Co.Id*. 151(2), 10–17.
- Cahyadi, D. (2022). *8 Aplikasi Beli Tiket Bioskop Online Terbaik 2022, Nonton Film Jadi Gampang & Gak Antre!* <https://jalantikus.com/tips/aplikasi-pesan-tiket-nonton-bioskop-online/>
- Candelo, E. (2019). *Marketing Innovations in the Automotive Industry Meeting the Challenges of the Digital Age*.
- Devi Permatasari Br Marmata. (2021). *Pengaruh Application Quality, Customer Experience, Dan Lifestyle Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Studi Pada Konsumen TIX ID*. 171.
- Diyanti, S., Yuliniar, & Suharyati. (2021). Customer Experience, Kepuasan Pelanggan Dan Repurchase Intention Pada E-Commerce Shopee. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 677–689.
- Haeruddin, M. I. W., & Haeruddin, M. I. M. (2020). The Effect of Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Kartu As Products in Makassar City. *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah Dan Pendidikan Administrasi Perkantoran Vol.*, 35(Special Issue 21), 947–963.
- Hayunda, E. (2022). *Pengaruh Pengalaman Belanja Online, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Di Shopee Food Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen*.
- Infantrianto, C. T. (2020). *Pengaruh Pelatihan Dan Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Pt Bangga Indonesia Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening*.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.

- Maharany, A. M., Saidani, B., & Fidhyallah, N. F. (2021). *Pengaruh Kepuasan dan Manfaat yang dirasakan Terhadap Minat Beli Ulang pada E-Commerce Marketplace X di Indonesia*. 2(2), 401–416. <https://emea.mitsubishielectric.com/ar/products-solutions/factory-automation/index.html>
- Malhotra, N. K. (2006). *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 1*. Indeks.
- Mardiah, A., & Hamdi, A. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online. *MENARA Ilmu, XIV*(02), 1–11. file:///C:/Users/Asus/Downloads/2245-6182-1-PB.pdf
- Munthasir, A. H. (2019). *Analisis Statistik Kepuasan Pengguna Aplikasi TIX ID Pada Mahasiswa Universitas Airlangga*. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Mustikasari, A., Krisnawati, M., & Sutrisno, E. (2021). *Customer Experience and Repurchase Intention in Multi-Channel : Customer Satisfaction as Mediating Variable*.
- Nicoletti, B. (2017). *The Future of FinTech*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-51415-4>
- Nilsson, J., & Wall, O. (2017). *Online customer experience, satisfaction, and repurchase intention for online clothing retailing*.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Prawira, J. V., & Sidharta, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menciptakan Minat Penggunaan Ulang Pada Personal Shopper Service*. 6.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Rajan.T.Y., E. P., & Vardharaj, A. (2015). Customer Experience Management in Online Retailing- A Literature Review. *International Journal in Commerce, IT & Social Sciences*, 2(2), 38–44. <https://doi.org/10.1109/ICACCS>
- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Application Based Digital Marketing As a Strategy To Improve Customer Satisfaction Core. *Cakrawala*, 10(2), 107–122.
- Santoso, L., Setiawan, L., & Firdaus, M. R. (2021). *Customer Relationship Marketing Application in the Coal Industry*. 2021(1), 218–233.
- Saraswathi, M. K., & Wardana, I. M. (2021). Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakan Kembali Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Grabfood Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen*

- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Andi.
- Suandana, N., Rahyuda, K., & Yasa, N. (2016). Pengaruh Pengalaman Membeli Produk Fashion Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan. *Matrik:Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(1), 85–97.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhaily, L., & Soelasih, Y. (2017). What Effects Repurchase Intention of Online Shopping. *International Business Research*, 10(12), 113. <https://doi.org/10.5539/ibr.v10n12p113>
- Sukmawati, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Theresia, N. M. M. D. T., & Wardana, I. M. (2019). Pengaruh Pengalaman Belanja Online, Kepuasan Pelanggan, Dan Adjusted Expection Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Traveloka. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 4899. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p07>
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Andi.
- Umniyya, C. R. (2021). *Pengaruh Pengalaman, Citra Merek, Terhadap Sikap Dan Minat Beli Ulang Konsumen The Drinks By Kalila*. 6.
- Wijaya, R., Farida, N., & Andriyansah. (2018). Determinants of repurchase intentions at online stores in Indonesia. *International Journal of E-Business Research*, 14(3), 95–111. <https://doi.org/10.4018/IJEBr.2018070106>
- Wiku, R., Hartono, & Subagja, G. (2021). The Effect of E-Trust and E-Service Quality in Online Repurchase Interest of TIX ID (Survey on TIX ID Application User in Bandar Lampung). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1, 212–221.
- Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5343. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p06>
- Zaid, S., & Patwayati, P. (2021). *Impact of Customer Experience and Customer Engagement on Satisfaction and Loyalty : A Case Study in Indonesia*. 8(4), 983–992. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0983>