

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amin, M. M. (2014). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Aswajawa Pressindo.
- Amirudin, I. d. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Keramik Mulia Tile Pada PT. Surya Asia Abadi di Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 114-129.
- Andry Trijumansyah, M. Y. (2019). Analisis Store Atmosphere dan Lokasi Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah, Volume 16 No. 2*, 194-207.
- Anwar, D. K. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Koperasi Waserda Selamat Tanjunganom, Nganjuk. *CYBER-TECHN, Volume 13 No 2*, 49-59.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Tinjauan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, P. K. (2016). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall Published.
- Chandra, W. L. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Juni Pekanbaru. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis, Vol 4 No. 1*, 45-58.
- Damiati, L. M. (2017). *Perilaku Konsumen, edisi ke-1*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Dini Febriana Riyanto, N. R. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Online Shopping Shopee Pada Mahasiswa Rusunawa II Universitas Islam Malang). *Ejrm, Volume 8 No. 15*, 145-156.
- Evans, B. B. (2014). *Retail Management Dialih bahasakan oleh Lina Salim*. Jakarta: Pearson .
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru (Survey Pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta, Vol 4 No.1*, 71-85.
- Jonathan, S. (2011). Mengenal Path Analysis: Sejarah, Pengertian dan Aplikasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol 11*, 285-296.
- Jurnaiti, A. R. (2017). Pengaruh Customer Involvement, Kredibilitas Sumber Informasi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Obat Pada Apotek di Kota Banda Aceh). *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan, Vol 8 No. 3*, 135-157.

- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey : Pearson Prestice Hall Inc.
- Machfoedz, M. (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Pemasaran Manajemen Pemasaran YPKPN.
- Maharani, A. S. (2013). *Metodologi Penelitian Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuesioner dan Analisis Data)*. Malang : UIN MALIKI Press.
- Moh Abd Wahid Al Jamil, N. R. (2019). Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Oppo Mahasiswa Manajemen FEB Unisma 2015). *Ejrm, Vol 08 No. 10*, 137-157.
- Muhammad Iqbal Azhari, D. F. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 28 No. 1*, 143-148.
- Muhammad Rukhmana, R. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Word of mouth Terhadap Keputusan Pembelian Convenience Goods Pada Konsumen Swalayan KUD Pakis. *e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 73-89.
- Nurdin, M. R. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ecodemica, Vol 1 No. 2*, 249-258.
- Olson, P. J. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Alih bahasa Damos Sihombing*. Jakarta : Erlangga.
- Pradana, H. R. (2015). Electronic Word of Mouth, Kepuasan Konsumen dan Pengaruh Langsung dan Tak Langsung Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswa FEB UNTAG di Semarang). *Media Ekonomi dan Manajemen, Volume 30 No. 1*, 101-113.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Alfabeta.
- Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies, Volume 04 No. 1*, 41-53.
- Saino, A. K. (2014). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kesan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Ilmu Manajemen, Vol 2 No. 4*, 1725-1736.
- Saladin, D. (2003). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : ANDI.
- Sari, H. P. (2014). Pengaruh Elektronik Word Of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 11 No. 2*, ISSN 1693-7910.

- Sari, M. A. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Peanggan One Eighty Coffee Bandung). *e-Proceeding of Management, Volume 6 No. 1*, 1050-1057.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mxed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujud, R. H. (2019). Pengaruh Atmosfer Toko dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Planet Ban Margonda Raya, Depok. *jurnal ilmu manajemen oikonomia, Volume 15, no 1*, 17-28.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodelogi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Syahputra, D. M. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop di Bandung. *Jurnal Ecodemica, Vol 1 No. 2*, 162-171.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Waluyo, M. d. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Inovasi Produk dan Cutomer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Warunk Upnormal di Banjarmasin Kalimantan Selatan. *Jurnal Bissmart, Volume 1 no. 1*, 67-80.
- Yuniawati, C. A. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention di The Trans Luxury Hotel Bandung (Survey Pada Wisatawan Sebagai Individual First Timer Guest The Trans Luxury Hotel Bandung). *Tourism and Hospitally Essentials (THE) Journal, Volume 5 No.1*, 857-862.