

DAFTAR PUSTAKA

- Ailudin, M., & Sari, D. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan One Eighty Coffee Bandung). *e-Proceeding of Management*.
- Akbar, R., MS, M., & Pandjaitan, D. H. (2020). The Mediating Role of Brand Image in the Effect of Sales Promotion, Product Quality, and Celebrity Endorser on Purchase Intention. *Journal of University of Shanghai for Science and Technology*.
- Ali, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian. *Jurnal Indovisi: Indonesoan Indovisi Institute*.
- Almaida, A., Nurqamar, I. F., Setiawan, R., & Yulianingsih. (2018). Celebrity Endorsement, Brand Equity, and Consumer Purchasing Decisions. *ICEMAB*.
- Amstornrg, & Kotler. (1999). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Delapan*. Jakarta: Erlangga.
- Annissa, A. N., & Paramita, E. L. (2021). Brand Promotion: The Effects of Celebrity Endorsement and Brand Image on Consumer Buying Decision. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Brakus, J. J. (2008). Experiential Attributes and In: Consumer Judgments' B. H. Schmitt and D. Rogers (eds.): Handbook on Brand and Experience Management. *Northampton, MA: Edward Elgar*.
- Cahyani, A., Gunadi, I. A., & Mbulu, Y. P. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Pada PT. Traveloka Indonesia. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*.
- Damodar, G. (2003). *Ekonometri Dasar. Terjemahan: Sumarno Zain*. Jakarta: Erlangga.
- Febriani, N. A., & Ardiani, I. K. (2021). The Influence of Customer Experience, Ease of Use, and Trust on Repurchase Intention (Case Study of Tokopedia Consumers in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*.
- Ferdinand. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, L. L. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Percieved Value, dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Membeli Tiket pada Acara Ngopi di Museum*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.

- Hardieka, N. F. (2018). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Kosmetik Maybelline*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Keller, L. (1993). *How to manage brand equity*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Prenhallido.
- Kristiyono, Y. R., Rahmi, A., Triwijaya, M., & Suhandi, R. G. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen pada Merek Starbucks di wilayah Jakarta dan sekitarnya. *ULTIMA Management*.
- Kurniawan, C. N., & Susanto, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen. *Management & Accounting Expose*.
- Loshe, B. L., & E, J. J. (1999). Predictors of Online Buying Behavior. *Health Care Manage. Rev.*, vol. 37, no. 2, pp. 175–186.
- Mandili, I., Zakarsih, A., Munthe, R. S., & Wahyuni, E. (2022). Effect of Product Quality, Customer Satisfaction, Trust, and Brand Image on Repurchase Intention. Case Study: Halal Cosmetic Products. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*.
- McCracken, G. (1989). "Who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process,". *Journal of Consumer Research*.
- Mhown, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Monica, T., & Widaningish, S. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Taman Kardus Bandung). *e-Proceeding of Applied Science*.
- Narimawati, U. (2010). *Metodologi Penelitian : Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Genesis.
- Nurhayati, & Murti, W. W. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone.
- Payne, A., & Pennie, F. (2013). "Strategic customer management : integrating relationship marketing and CRM". *Journal of Marketing: Vol. 69, No. 4, pp. 167-176*.
- Prasojo, E. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorsement Melalui Brand Image Terhadap Minat Beli*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Purba, R. (1996). Measuring consumer perception through factor analysis. *The Asianmanager*.

- Rini, E. S. (2018). Pengaruh Experience Quality Terhadap Brand Image Menggunakan Perceived Value (Studi Kasus di STIKOM BALI). *JURNAL SISTEM DAN INFORMATIKA*.
- Rossiter, J. R., & Larry, P. (1987). *Advertising and Promotion Management*. New York: McGraw-Hill International Book Co.
- Schiffman, L., & Lezlie, L. K. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Schmitt dalam Hendarsono, G., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjipnoto, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, D. I. (2022). Pengaruh Customer Experience dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Bittersweet by Najla Cabang Depok. *Jurnal Jukim*.
- Widyasari, K. A., & Suparna, G. (2022). The Role of Brand Image in Mediating the Effect of Celebrity Endorsers on Repurchase Intention. *European Journal of Business and Management Research*.
- Yamit, Z. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.