

DAFTAR PUSAKA

- Ailudin, m., & sari, d. (2019). Pengaruh customer experience terhadap minat beli ulang, *6*(1), 1050–1057.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018. Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia tahun 2018. Polling Indonesia
- Amoeko, g. (2012). The impact of effective customer relationship management (crm) on repurchase : a case study of (golden tulip) hotel (accra-ghana), *4*(january), 17–29. <https://doi.org/10.5897/ajmm11.104>
- Anwar, r. N., & afifah, a. (2018). Pengaruh kepercayaan dan keamanan konsumen terhadap minat beli di situs online (studi kasus pengunjung situs lazada di jakarta timur) abstraks, *9*(1), 46–57.
- Assegaff, s. (2015). Pengaruh trust (kepercayaan) dan online shopping experiences (pengalaman berbelanja online) terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja online : prespektif konsumen di indonesia, *(66)*, 463–473.
- Azhari, m. I. (2015). Pengaruh customer experience terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, *28*(1), 143–148.
- Dewi, i. T. (2016). Pengaruh pengalaman pelanggan (customer experience) terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan kuliner jawa rantauprapat, *3*(1), 93–103.
- Febrini, irma yanti. (2019). Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di waruh kopi klotok, *10*(1), 35–54. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>
- Giantari, i. G. A. K. (2013). The role of perceived behavioral control and trust as mediator of experience on online purchasing intentions relationship a study on youths in denpasar city (indonesia), *2*(1), 30–38.
- Ghozali, i. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program spss*. Semarang: universitas diponegoro.
- Habibillah, m. W. (2018). Pengaruh crm terhadap kepercayaan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan, *12*.

- Hadi muhammad. (2016). Implementasi customer relationship management (crm) pada penjualan online di toko utami, *11*(1), 62–69.
- Helena (2017). Pengaruh Kepercayaan konsumen, pengalaman berbelanja, dan kemudahan bertransaksi terhadap minat belanja online di kalangan mahasiswa.
- Hidayat, r., & resticha, d. (2019). Analisis pengaruh variasi produk dan labelisasi halal terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan minat beli ulang pada kosmetik wardah, *3*(1), 40–52.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/10/22/tokopedia-tetap-memimpin-jumlah-pengunjung-e-commerce-tw-iii-2018>
- Kusuma, a. B., & juanta, a. (2018). Pengaruh perceived quality, harga dan produk knowledge terhadap minat beli ulang produk m & b, *3*.
- Kusumawati. (2013) Analisis pengaruh *customer experience* terhadap minat beli ulang.
- Ling choon kwek. (2010). The effects of shopping orientations , online trust and prior online purchase experience toward customers ' online purchase intention, *3*(3), 63–76.
- Megantara, i. M. T. (2016). Penentu niat pembelian kembali tiket pesawat secara online pada situs traveloka, *5*(9), 5783–5810.
- Ni putu widantari suadana. (2016). Pengaruh pengalaman membeli produk fashion terhadap niat membeli kembali melalui kepuasan dan kepercayaan pelanggan, *10*, 85–97.
- Nurhidayati. (2012). Analisi faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang masyarakat terhadap produk handphone, *8*(2), 47–62.
- Parastanti, g. P. (2014). Pengaruh prior online purchase experience terhadap trust dan online repurchase intention, *16*(1).
- Petina, I., Amialchuk, A.. and Taylor, D. (2011), " Exploring effects of online shopping experiences on browser satisfaction and e-tail performance", *Internasional Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 39 No. 10, pp. 742-758
- Priyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. sidoarjo: Zifatana Publishing.

- Rahmadewi, t. (2017). Pengaruh crm dan customer experience terhadap minat beli ulang melalui brand trust pada pt.nasmoco pemuda.
- Rahmat, a. (2018). Pengaruh customer relationship management terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (survei pada pelanggan service kendaraan auto2000 kediri suharmadji), *64*(1), 153–160.
- Ristianawati dwi utami. (2016). Pengujian variabel yang mempengaruhi minat beli secara online, *3*, 199–218.
- Sandu siyoto. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta: literasi media publishing.
- Setiyawati. (2015). Pengaruh customer experience, customer expectation dan customer satisfaction terhadap customer loyalty.
- Siringoringo renniwaty. (2017). Pengaruh experiential marketing dan customer relationship management terhadap loyalitas konsumen dalam melakukan pembelian kembali sepeda motor honda pada pt capella dinamik nusantara tembesi batam, 26–48.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode penelitian bisnis*. Bandung: cv alfabeta.
- Yashinta asteria norhermaya. (2016). Analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang, *5*(2007), 1–13.
- Yulianto, e. (2017). Pengaruh customer relationship management (crm) terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, *46*(1).