

DAFTAR PUSTAKA

- Adista, D. dan Dharmawan, D. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike Di Universitas Krisnadwipayana. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 7(1), pp. 39-48.
- Apriliani, M.R. dan Abdillah, Y. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Perceived Value Dan Dampaknya Terhadap Customer Satisfaction (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Melakukan Transaksi Pembelian Online Dengan Website Lazada.co.id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 64. No.2, pp. 36-45.
- Ban, H.J. dan Kim, H.S. (2019). Understanding Customer Experience and Satisfaction through Airline Passengers' Online Review. *Sustainability*, 11, pp. 1-17.
- Chulaifi, M.I. dan Setyowati, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada Pt. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya. *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, Vol. 3(1), pp. 40-54.
- Dewi, I.G.A.A. dan Sulistyawati, E. (2016). Peran Perceived Value Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.12, pp. 1-28.
- Eccles, J.S. dan Wigfield. (2020). From expectancy-value theory to situated expectancy-value theory: A developmental, social cognitive, and sociocultural perspective on motivation. *Contemporary Educational Psychology*, Vol 61.
- El-Adly, M. I. (2018). Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 50, pp. 322-332.
- Firmansyah, A. dan Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. I. (2018). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Edisi 2. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hendra, T., Djawahir, A.H., dan Djazuli, A. (2017). Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas

- Pelanggan (Studi Kasus Pada Giant Supermarket Sawojajar, Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4 No.2, pp. 129-141.
- Indrata, S.L., Susanti, C.E. dan Kristanti, M.M. (2017). Pengaruh Perceived Value Dan E-Service Quality Terhadap Customer Behavioral Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Pengguna Gojek Di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen (KAMMA)*, Vol 6. No 2, pp. 131-147.
- Japarianto, E. dan Nugroho, B.W. (2020). Analisa Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 7(1), pp. 1-11.
- Jazuli, M., Samanhudi, D. dan Handoyo. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Servqual Dan Importance Performance Analysis Di PT. XYZ. *Juminten: Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*, Vol. 01, No.01, pp. 67 – 75.
- Kasino. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Mitra Tour & Travel Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol. 3(1): 623 – 642.
- Katadata. (2020). Produk Terlaris Belanja Online Selama Pandemi. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/03/produk-terlaris-belanja-online-selama-pandemi>.
- Kim, H., & Choi, B. (2013). The Influence of Customer Experience Quality on Customers' Behavioral Intentions. *Services Marketing Quarterly*, 34(4), 322–338.
- Kusuma, E.C. (2018). Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Dan Gender Sebagai Moderator (Studi Pada PT.KAI Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5 No.1, pp. 42-50.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Leech, N.L., Barret, K.C., and Morgan, G.A. (2017). *IBM SPSS for Intermediate Statistics: Use and Interpretation*. Fifth Edition. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Lunnette, C. dan Andreani, F. (2017). Kepuasan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Di Gyu Kaku Galaxy Mall. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol. 5. No. 2, pp. 138-150.

- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktis*. Jakarta: Salemba.
- Mill, R.C. (2011). A Comprehensive Model Of Customer Satisfaction In Hospitality And Tourism: Strategic Implications For Management. *International Business & Economics Research Journal*, Vol. 1 No. 6, pp. 7-18.
- Ndoen, J.R.A. dan Kusumadewi, N.M.W. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotspot Wifi.Id Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 1, pp. 7014 – 7043.
- Safitri, K. (2017). Analisis Pengaruh Customer Experience dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang do Storia Caffee MMXVI. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3. No. 1, pp. 66-75.
- Santoso, S. (2020). *Panduan Lengkap SPSS 26*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Simanjuntak, D.C. dan Purba, P.Y. (2020). Peran Mediasi Customer Satisfaction Dalam Customer Experience Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, No. 2, pp. 171-184.
- Sinaga, V.I.W. dan Hanifa, F.H. (2020). Pengaruh Customer Eperience Terhadap Customer Satisfaction (Studi Pada Gigglebox Café & Restoran Bandung Tahun 2020). *e-Proceeding of Applied Science*: Vol.6, No.2, pp. 1075-1091.
- Srisusilawati, P. (2017). Kajian Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Jasa Perbankan. *Amwaluna*, 1(1), 1-18.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2019). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi Offset
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, H. (2017). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi-2. Cetakan ke-14. Jakarta: Rajawali Pers.

- Wardaya, E.P. (2017). Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction dan Customer Trust pada Pelanggan Bengkel Auto 2000 di Surabaya. *Petra Business & Management Review*, Vol. 3, No. 1, pp. 27-45.
- Wiyata, M.T., Putri, E.P. dan Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi. *Cakrawala*, Volume 3, Nomor 1, pp. 11-21.
- Wulandari, N. dan Maharani, A.N. (2018). The Service Quality Drivers Of Customer Experience The Case Of Islamic Banks In Indonesia. *Ecoforum*, Vol. 7(2): 1-7.
- Yuliansyah, A. dan Handoko, T.W. (2019). Pengaruh Perceived Quality Dan Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Melalui Customer Satisfaction J-Klin Beauty Jember. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, Volume. 2. No. 2, pp. 292-301.

