

DAFTAR PUSTAKA

- Ima, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andrian, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Produk Kopi Janji Jiwa. *Jurnal Ekonomi*, 5(2), 45–55.
- Ardhiansyah, D. (2021). Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention pada Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 88–99.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Brahim, R. (2020). Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Loyalitas Konsumen pada Ritel Modern. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 155–164.
- Fandy, T., & Chandra, G. (2017). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fitriah, N. (2020). Promosi dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 9(2), 67–74.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handaruwati, A. (2019). Analisis Customer Experience pada Bisnis Kuliner. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(1), 21–30.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Herlina, E. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Produk Fashion. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 112–120.
- Hussain, R., & Ali, M. (2015). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, 7(2), 35–43.
- Kadin Indonesia. (2021). *Laporan Tahunan UKM Indonesia*. Jakarta: Kadin.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kunjara, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Riset Manajemen*, 5(1), 33–40.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Luthfiana, D. (2019). Pengaruh Promosi Online terhadap Repurchase Intention Konsumen. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 76–85.
- Machali, I. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Maulana, F. (2021). Kualitas Produk dan Pengaruhnya terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 10(2), 59–70.
- Nasermoadeli, A. (2013). The Role of Customer Experience in Repurchase Intention. *Journal of Consumer Marketing*, 30(3), 190–201.
- Oktavian, R. (2020). Analisis Store Atmosphere terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Riset Pemasaran*, 9(4), 100–110.
- Oktaviasari, D. (2021). Hubungan Customer Experience dengan Kepuasan dan Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(1), 77–85.
- Polindo. (2022). *Laporan Perkembangan UKM Binaan*. Kebumen: Politeknik Indonusa.
- Putra, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 7(3), 210–220.
- Putriku, M. (2019). Customer Experience dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis Kontemporer*, 6(2), 55–66.
- Riduwan. (2012). *Dasar-Dasar Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Saragi, H. (2020). Analisis Store Atmosphere pada Toko Ritel. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 88–97.
- Schmitt, B. (2010). *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers*. New Jersey: Wiley.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, R. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2018). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2019). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utomo, S. (2020). Customer Experience dan Pengaruhnya terhadap Repurchase Intention pada Konsumen Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 144–156.
- Wara, R. (2021). Peran Promosi dalam Meningkatkan Minat Beli Ulang. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 5(1), 65–74.
- Zhaviery, R. (2019). Analisis Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi Modern*, 3(2), 101–109.

