

DAFTAR PUSTAKA

- Andy Permana Putra, A. (2024). The Role Of Customer Experience, Brand Image And Trust On Consumer Repurchase Interests Of Indomaret Porong Branch Peran Pengalaman Pelanggan, Citra Merek Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Indomaret Cabang Porong. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4082–4107. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Chairunnisa, S., Juanna, A., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Minat Beli Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *JAMBURA*, 5(2). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Desmi Ristia, N., & Marlien, R. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *YUME : Journal of Management*, 5(3), 1–16. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1751>
- Emor, K. C., Palilingan, R. N., & Wenas, D. R. (2021). *Menggunakan metode korelasi pearson product moment*.
- Herdiko, J., & Karisma, C. V. (2022). Pengaruh Media Sosial, Brand Influencer Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 97. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.395>
- Irfan Syahroni, M., STIT Al-Aziziyah, D., TGH Umar Abdul Aziz kapek Gunung Sari Lombok Barat, J. I., & pos, kode. (2022). PROSEDUR PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 43(3).
- Irvanto, ogy, & sujana. (2020). *ani,+05+-+JIMKES+2020+Vol+8+No+2+Sujana*.
- Ismail, I. (2020). *Customer Experience Adalah: Pengertian, Faktor, dan Cara Membangun Customer Experience* (pp. 1–9). https://accurate.id/marketing-manajemen/customer-experience-adalah/#Faktor_Penting_yang_Harus_Diperhatikan_Dalam_Customer_Experience

- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>
- Kastori, R. (2023). Pengertian Minat Beli Menurut Ahli. In *Kompas.Com*. <https://amp.kompas.com/skola/read/2023/06/14/140000869/pengertian-minat-beli-menurut-ahli>
- Mauliza, P., Cut Rusmina, Maksalmina, Asnariza, & Nurfiani Syamsuddin. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Generasi Milenial Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Banda Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2408–2415. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1693>
- Nikmatulloh, arnanda, & wijayanto, andi. (2020). 29832-66154-1-PB (1).
- Nurani, A. T., Setiawan, A., & Susanto, B. (2023). Perbandingan Kinerja Regresi Decision Tree dan Regresi Linear Berganda untuk Prediksi BMI pada Dataset Asthma. *Jurnal Sains Dan Edukasi Sains*, 6(1), 34–43. <https://doi.org/10.24246/juses.v6i1p34-43>
- Permadi, G. (2016). Pengukuran Tingkat Kesadaran Merek (Brand Awareness) pada Motor Honda. *Jom Fisip*, 3(2), 1–12. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/27286>
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Rohana, P., N, A., & Afvan, A. (2023). 1602-Article Text-6087-1-10-20231231.
- rosdiana, rizki, & haris, iyus. (2016). *aditra*, +9.+Riski+Rosdiana+169-175 (2).
- Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten* (Vol. 3, Issue 2). Juni-September. <http://bisnisman.nusaputra.ac.id>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. In *Jurnal Infortech* (Vol. 4, Issue 2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>
- Setiobudi, A., Sudyasjayanti, C., & Danarkusuma, A. (2021). (sinta 5) <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jbmi>.
- siahaan, wita. (2021). pengaruh kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen terhadap minat beli pada situs belanja online lazada di batam skripsi.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Kuswandi, A., Sastri, L., Aswan, N., Hasibuan, F., & Lestari, H. (2023). *Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

- Usman Wibowo, D., & Yulianto, E. (2022). *Pengaruh social media marketing terhadap kesadaran merek, citra merek dan kepuasan konsumen*. <https://profit.ub.ac.id>
- Veronica, A., Abas, M., Hidayah, N., Sabtohad, D., Marlina, H., & Mulyani, W. (2022). *metodologi metodologi metodologi penelitian penelitian penelitian kuantitatif kuantitatif kuantitatif Get press*. www.globaleksekutifteknologi.co.id
- wicaksono, satria. (2015). *Pengaruh Merek Dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda CS One pada Dealer 54 Motor Pekalongan)* SKRIPSI.