

## DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, H. B. 2024. “Usai Pandemi, Tren Belanja ‘Offline’ Meningkatkan Dua Kali Lipat.” *Kompas.Com*. Retrieved (<https://www.kompas.com/properti/read/2024/04/22/070000221/usai-pandemi-tren-belanja-offline-meningkat-dua-kali-lipat?page=all>).
- Anon. 2023. “Generasi Milenial vs Generasi Z: Jenis Pengalaman Seperti Apa Yang Diharapkan Generasi Z?” *Call Center Studio*. Retrieved (<https://callcenterstudio.com/millennials-vs-gen-z-what-type-of-customer-experiences-is-gen-z-expecting/>).
- Bolton, R. N., Kannan, P. K., & Bramlett, M. D. 2000. “Implications of Loyalty Program Membership and Service Experiences for Customer Retention and Value.” *Journal of the Academy of Marketing Science* 28(1):95–108. doi: 10.1177/0092070300281009.
- Botti, S., & Lyengar, S. S. 2006. “The Dark Side of Choice: When Choice Impairs Social Welfare.” *Journal of Public Policy & Marketing* 25(1):24–38.
- Budiansari, A., & Sujana. 2021. “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan, Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Maskapai Penerbangan.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* 2(1):21–32. doi: <https://doi.org/10.37641/jipkes.v2il.583>.
- Budiarno, I. B. N. U., & Lukitaningsih, A. 2022. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.” *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 19(2):226–33. doi: 10.25134/equi.v19i02.4531.
- Cahya, F. M., Wulan, I. A. D. P., & Damayanti, R. 2019. “Analisis Celebrity Endorsement, Variasi Produk, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 9(1):88–101.
- Emiliana, Prastowo, S. L., & Syah, H. 2023. “Pengaruh Store Atmosphere, Lifestyle, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Ekonomi Bisnis* 29(1):30–46. doi: <https://doi.org/10.33592/jeb.v29i1.3641>.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. 1994. *Perilaku Konsumen*. 6th ed. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Febriansyah & Triputra, G. 2021. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Bisnis Darmajaya* 7(1):70–88.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. 8th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanah, U., & Fauzan, M. 2021. “Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Program Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Berkelanjutan.” *Jurnal Riset Manajemen* 8(1). doi: <https://doi.org/10.32477/jrm.v8i1.243>.
- Hikmawan, L. I., & Ismunandar. 2023. “Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Cafe Beginning.” *Jurnal*

- Manajemen Dan Ekonomi Kreatif* 1(4):163–80. doi: <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i4.226>.
- Ibzan, E., Balarabe, F., & and Jakada, F. 2016. “Customer Satisfaction and Repurchase Intentions6.” *Developing Country Studies* 6(2).
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. I. Surabaya: Unitomo Press.
- Kadin.id. 2024. “Data Dan Statistik : Profil Ekonomi Indonesia 2023.” *Kamar Dagang Dan Industri Indonesia*. Retrieved May 10, 2024 (<https://kadin.id/data-dan-statistik/profil-ekonomi-indonesia>).
- Khuswatun, A., & Yuliati. 2022. “Pengaruh Variasi Produk , Harga , Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Variasi Produk , Harga Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Minuman Kekinian Zoomboba Tlogomulyo).” *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS* 5:341–49.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education.
- Lin, L.-Y., & Chen, Y.-W. 2009. “A Study on the Purchase Intentions on Repurchase Decisions the Moderating Effects of Reference Groups and Perceived Risks.” *Journal Of Tourism Review*.
- Lupiyoadi, R. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori Dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma’ruf, M. H.. 2017. “The Influence Of Product Variations, Prices And Sales Promotions On Customer Decisions In Buying Mitsubishi Cars In Surakarta.” *International Journal Of Economics, Business and Accounting Research* 1(1):278–82.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. 1985. “A Conceptual Model Of Service Quality And It’s Implications For Future Research.” *Journal Of Marketing* 49.
- Pawarti, G., Ngatno N., & Hadi, S. P. 2022. “Pengaruh Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Konsumen Supermarket Toko Pomo Boyolali).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11(1):1–8. doi: 10.14710/jiab.2022.33540.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 2000. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Primantoro, A. Y. 2023. “Tahan Belanja, Sektor Ritel Terpuruk.” *Kompas.Id*. Retrieved May 10, 2024 (<https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/08/24/tahan-belanja-sektor-ritel-terpuruk>).
- Rahmandika, M. D., & Rohman., F 2022. “Pengalaman Pelanggan, Ulasan Pelanggan Secara Daring, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.” *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* 01(1):1–12. doi: <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.1.01>.
- Robustus, A., & Kosasih, A. 2007. *Optimalisasi Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Sabilla, A. Y., Editya, D., & Sanjaya, V. F. 2023. “Pengaruh Varian Produk, Packaging, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Nuju Coffe).”

- 2(2):151–72. doi: <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i2.988>.
- Samad, A. 2014. “Examining The Impact Of Perceived Service Quality Dimensions On Repurchase Intentions And Word Of Mouth : A Case From Software Industry Of Pakistan.” *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* 16(1):37–41.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. 2008. *Perilaku Konsumen*. 7th ed. Jakarta: Indeks.
- Sobel, M. E. 1982. “Asymptotic Confidence Intervals For Indirect Effects In Structural Equation Models.” *Sociological Methodology* 13:290–321. doi: <https://doi.org/10.2307/270723>.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujana, A. 2005. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta: Grha Ilmu.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. 4th ed. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality, Dan Satisfaction*. 4th ed. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Triyono, S. 2009. “Analisis Pengaruh Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Outlet Pizza Hut Bintaro Plaza).” *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Gaspersz, V. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wardani, A., Hartono, S., & Kustiyah, E. 2020. “Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Ditinjau Dari Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pada Pasar Triwindu Surakarta.” *Edunomika* 04(01):191–99.
- Waworuntu, A. Y., & Hajar. 2019. “Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dan Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening*.” *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran* 1(1):1–11.
- Yani, T.E., & Kuswardani, D.C. 2021. “Menggali Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian Kembali Pada Pendidikan Tinggi.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 14(3):192–200. doi: <http://dx.doi.org/10.26623/jreb.v14i3.2831>.
- Zaithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. 1998. “SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Customer Perceptions Of Service Quality.” *Journal of Retailing* 64(1):12–40.