

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyani, A. F. (2019). Pengaruh Potongan Harga Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Empirik Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Ayan*, 8(5), 55.
- Ayu Sari Prastyaningsih, I. S. dan E. Y. (2014). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Niat Membeli Ulang) (Survei Pada Konsumen Kfc Di Lingkungan Warga Rw 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 16(1), 1–8.
- Badan Pusat Statistika Karawang. (2020). *Statistik Daerah Kabupaten Karawang*.
- Batlajery, S. (2016). Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Pada Aparatur Pemerintahan Kampung Tambat Kabupaten Merauke. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, (2), 135–155.
- Dharmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Diyanti, Syarifa yulindar, S. (2021). Customer Experience, Kepuasan Pelanggan Dan Repurchase Intention Pada E-Commerce Shopee. 2, 677–689.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. J. et al. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Editio). England: Pearson Educztion Limited Harlow.
- Hasan. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Yang Terdiri Dari Faktor Budaya, Sosial, Kepribadian dan Psikologi Dalam Keputusan Pembelian Produk Motor Metic di Kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis (S4)*, 5(November), 77–87.
- Hasibuan, M. S. . (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Irzad, M. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar.
- Jarque, C. M. (1980). *efficient test for normality homoscedasticity and serial independence of regression residuals*. 6, 255–259.
- Juli Ismanto. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Pamulang-Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Kementrian Perindustrian. (2019). Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun. Retrieved from kemenperin.go.id website: <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun->
- Lagita, L., & Briliana, V. (2018). Pengaruh Customer Satisfaction , Adjusted Expectation , Perceived Value , dan Perceived Usefulness Terhadap Online Repurchase Intention pada Pelanggan Lazada. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 8(April), 37–48.
- Manullang, M dan Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Konpetisi Global* (Edisi Pert). Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Mehta, C. R., & Patel, N. (2015). *SPSS exact tests*. (January).
- Nugraha, M. M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Coffee Shop.
- peraturan.go.id. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. (1).
- Rachim, Z. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peminatan Pembelian Kembali Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.
- Rahayu, B. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rustadia. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kepurusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Wisma An
- Universitas Buana Perjuangan Karawang**

- Nur Kota Baru Inhil Provinsi Riau. *Human Relations*, 3(1), 1–8. Retrieved from
http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=bth&AN=92948285&site=eds-live&scope=site%0Ahttp://bim-pactassessment.net/sites/all/themes/bcorp_impact/pdfs/em_stakeholder_engagement.pdf%0Ahttps://www.glo-bus.com/help/helpFiles/CDJ-Page3b
- Safitri, K. (2017). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Soria Caffé MMXVI.
- Santi, E. R., & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Bandar D'Licious). *Sains Manajemen*, 2(1), 47–56.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & 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*, 3(1), 11–21.
- Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5343. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p06>