

DAFTAR PUSTAKA

- Alencia, C. (2018). Sentimen Analisis Kepuasan Pelanggan E-commerce Menggunakan Lexicon Classification dengan R. Konferensi Nasional Sistem Informasi.
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, H., Kabadayi, S., Gruber, T., & Solnet, D. (2017). Understanding Generation Y and their use of Social Media: A Review and Research Agenda. *Management Research Review*, 40(3).
- Bugaresta, I. (2013). Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Merek (Studi Komparasi antara Mobile Application Elevenia dan Shopee).
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable. *Information Systems Research. The Institute of Management Sciences (Now INFORMS)*, 3(1), 60–95.
- Ekaputri, A. H., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2016). The Effect of Brand Experience on Customer Satisfaction and The Impact toward Repurchase Intention.
- Ghazali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali. (2011). Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2000). Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium I. Terjemahan oleh Hendra Teguh. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). Marketing Management. Prentice-Hall of India.
- Kurniawan, A. (2017). Penggunaan Instagram terhadap Minat Pengguna dalam Mencari Referensi Informasi.

- Kusuma, W. A., Noviasari, V., & Marthasari, G. I. (2016). Analisis Usability dalam User Experience pada Sistem KRS Online UMM menggunakan USE Questionnaire. *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi (JNTETI)*, 5(4), 294–301.
- Lukius, Y. (2017). Pengaruh User Experience terhadap Kepuasan Pengguna Jejaring Sosial Instagram di Kota Bandung. Skripsi. Bandung: Universitas Kristen Maranatha.
- Malayu S. P. Hasibuan. (2016). Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Edisi Revisi. Bumi Aksara, Jakarta.
- Mardhiyah, K. A., & Astuti, S. R. T. (2021). Pengaruh Brand Experience dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan: Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Diponegoro Journal of Management*, 10(4).
- Nugroho, S. A. (2018). Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dalam Berbelanja Online melalui Situs Belanja Tokopedia. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Boston: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (2010). *Consumer Brand Loyalty*. Wiley International Encyclopedia of Marketing.
- Pranata, A. (2020). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Minuman Chatime di Mall Centre Point Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. CV Alfabeta: Bandung.
- Schrepp, M., Hinderks, A., & Thomaschewski, J. (2017). Construction of a Benchmark for the User Experience Questionnaire (UEQ). *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 4(4), 40.

- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanta. (2015). Interaksi Manusia dan Komputer. Yogyakarta: Deepublish.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). Service Marketing (Edisi Lima). McGraw-Hill. United States of America.
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler. (2009). Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm (5th Edition). New York: McGraw-Hill.
- Zulian, Y. (2001). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa (Edisi Pertama, Cetakan Kelima). Yogyakarta: Ekonis