

DAFTAR PUSTAKA

- Alfanur, F. dan Y. Kadono. 2021. *Malaysian E-Commerce Journal (MECJ)* Empirical Study Of Purchase Intention and Behaviour E-Commerce. 4(1), 20-28.
- Arikunto, S. 2016. *Prosesur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Azzahara, K. 2023. *Pengaruh emotional branding dan customer experience terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan (Studi mahasiswa Prodi Ilmu Ekonomi FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh)* [Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry]. Banda Aceh.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2024. Pengelompokan Generasi Di Indonesia.
- Blecker, T., G. Friedrich. *Information and Management System For Product Customization*. United States Of America : Springer Science. 2005
- Corrocher, N. dan M. Guerzoni. 2008. Product Variety and Price Strategy in the Ski Manufacturing Industry, *Jena Economic Research Papers 2008-0515*, Friedrich-Schiller-University Jena, Max-Planck-Institute of Economics.
- Ganim, S. N., Nobelson, dan Pusporini. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian perlengkapan olahraga Reebok. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2, 496–510.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 (edisi 7)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., dan Tamengkel, L. F. 2021. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1). 2723-0112.
- Hadita. 2018. Dampak Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Ramayana Departemen Store. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. 3(3), 2527–7502.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Keputusan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15. Global Edition. Pearson. England.
- _____. 2019. *Prinsip – Prinsip Marketing*. Edisi ke tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

- _____. dan K. L. Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, A. W. dan Z. Puspitaningtyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku. Yogyakarta.
- Ma'ruf, N *et al.*, 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1314–1330.
- Sagala Maradat, N. C. R. I., Purbawati, D., Listyorini, S., dan Nurseto, S. (2023). *Pengaruh e-service quality dan customer experience terhadap keputusan pembelian (Pengguna layanan GoFood mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Semarang)* [Skripsi, Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro]. Semarang
- Octaviani, V., dan Batu, R. L. 2022. Pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Toyota Yaris. *EKOMBIS REVIEW*, 10(S1). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto.
- Parent Binus. 2018. *Generasi X, Y, dan Z: Perbandingan karakteristik dan implikasi pemasaran*. BINUS University Press. Jakarta
- Putti, A. R. 2020. Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha kreatif All Crafts Supply Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(4), 141–152.
- Pebrila, L., A.M Ramdan. dan A. Samsudin. 2019. Kekuatan pengalaman konsumen dan kepercayaan terhadap minat beli ulang pada Toko Handmade Addictive. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(4), 341–354.
- Rachman, T. 2021. *Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian smartphone ASUS di Bekasi* [Skripsi, Universitas Pelita Bangsa]. Bekasi.
- Raharjani, J. 2005. Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang). *Jurnal Studi & Organisasi*. 2(1) 1-15
- Ramdas, K. 2002. *Managing Product Variety: An Integrative Review and Research Directions*.
- Ristia, N.D., dan Marlien, R.A. 2022. Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *Journal of Management*, 5 (1), 1-16.
- Santoso, S. 2010. *Menguasai statistik dengan SPSS 17*. Elex Media Komputindo. Jakarta

- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Edisi ke-10). PT Indeks. Jakarta
- Shafa, P. M., dan Hariyanto, J. (2020). *Pengaruh harga, ulasan produk, dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja online melalui aplikasi Shopee (Studi kasus pada pengguna aplikasi Shopee di Bekasi)* [Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia]. Jakarta.
- Simanjuntak, D. C. Y. dan P. Purba. 2020. Peran mediasi customer satisfaction dalam customer experience dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(2), 151–160.
- Sugiyono. 2019. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, F. 2018. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andy Offset.
- Tjiptono, F. dan A. Diana. 2020. *Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Yacob, R. M., dan I. Hasbi. 2024. Pengaruh Harga dan Pengalaman Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Dagang Tokopedia (Studi Kasus pada Generasi Z di Indonesia). *e-Proceeding of Management*, 11(2), 1310–1318.

