

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, H., & Narto, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 132–146. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/606>
- Asri, H. R., Setyarini, E., Gisijanto, H. A. G., & Hartanti, N. D. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(4).
- Azizah, R. I., & Farhor As. (2024). Peran Pemasaran Digital, Fasilitas, Kepuasan terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Desa Wisata. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1689–1710. <https://doi.org/10.47467/ELMAL.V5I3.5791>
- Baehaqi, I., Yulianto, A., Setiadi, R., & Iskandar, K. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjung Ulang (Studi Kasus Wisata Green Hill Sirampog). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(3), 431–440. <https://doi.org/10.55606/JIMAK.V1I3.533>
- Chusnah, C., & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech. *Kinerja*, 3(01), 111–122. <https://doi.org/10.34005/KINERJA.V3I1.1280>
- Dewi, T. G., Saputra, G. W., & Istikomah, I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kartu Keluarga dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kecamatan Cimahi Tengah. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(1), 75. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i1.4135>
- Febrian, D., Simanjuntak, M., & Hasanah, N. (2021). The Effect of Benefits Offered and Customer Experience on Re-use Intention of Mobile Banking through Customer Satisfaction and Trust. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(3), 551–569. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i3.5879>
- Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341. <https://doi.org/10.14710/JIAB.2020.26434>
- Firdaus, M. F., & Himawati, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Depok. *Jurnal*

Ilmiah Ekonomi Bisnis, 27(2), 216–230.
<https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5259>

Hafidz, G. P., & Nabilah, P. (2024). Pengaruh Kenyamanan, Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 528–542. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.11097301>

Indrawati, L., & Pattinama, M. M. (2021). Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 16–21.

Kharolina, I., & Transistari, R. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 185–196.

Khotijah, S. N. (2023). Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pengguna Mobile Banking. *El-Aswaq*, 3(2).
<https://doi.org/10.31106/LASWQ.V3I2.20539>

Khotimah, K., & Astuti, P. B. (2022). Pengaruh Aksesibilitas dan Physical Evidence Terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Bocor di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(4), 547–566.
<https://doi.org/10.32639/JIMMBA.V4I4.148>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. PT. Indeks.

Lestari. (2020). *Kualitas Pelayanan Publik di Indonesia: Tinjauan dari Perspektif Kepuasan Masyarakat*. Andi Publisher.

Londa, D. R., Worang, F. G., Arie, F. V, Londa, D. R., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). The Influence of Perceived Credibility, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness toward Customer Satisfaction in Using BSGtouch. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 934–945.
<https://doi.org/10.35794/EMBA.V10I4.43902>

Meyta Dewi, G. M., Joshua, L., Ikhsan, R. B., Yuniarty, Y., Sari, R. K., & Susilo, A. (2021). Perceived risk and trust in adoption e-wallet: The role of perceived usefulness and ease of use. *Proceedings of 2021 International Conference on Information Management and Technology*,

ICIMTech 2021, 120–124.
<https://doi.org/10.1109/ICIMTECH53080.2021.9535033>

Nissa, H., & Awan. (2022). Pengaruh Fasilitas Kenyamanan Terhadap Kepuasan Penumpang Di Bandar Udara Internasional Supadio Pontianak. *Ground Handling Dirgantara*, 4(01), 17–26.
<https://doi.org/10.56521/JGH.V4I01.518>

Nurdiansyah, A., Suci Pratiwi, A., & Kaunaini, B. N. (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kepuasan Terhadap E-Commerce. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 297–303.
<https://doi.org/10.38035/JIM.V1I1.42>

Okzy, J., Putra, N., & Cahyoadi, B. (2023). Pengaruh Periklanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Ulang pada Waterpark Singapura Tulungagung. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 97–110. <https://doi.org/10.25134/IJSM.V6I2.8402>

Putra, J. O. N., & Cahyoadi, B. (2023). Pengaruh Periklanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Ulang pada Waterpark Singapura Tulungagung. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 97–110. <https://doi.org/10.25134/IJSM.V6I2.8402>

Ramadania, R., Rosnani, T., Fauzan, R., & Caisar Darma, D. (2021). The Study of Perceived Risk and E-Service Convenience Towards Satisfaction and Trust of Online Academic Users in Indonesia. *International Journal of Media and Information Literacy*, 6(2), 387–395.
<https://doi.org/10.13187/IJMIL.2021.2.387>

Ramadhani, M. A., Setiawan, Z., Fadhilah, N., & ... (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Mengoptimalkan Potensi dan Kinerja Organisasi*. books.google.com.
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=VKPMEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=organisasi+organizational+msdm+manajemen+sumber+daya+manusia+buku+kinerja&ots=Syjq2vlonf&sig=E-1Ehzvrc0WL973Qy8eZHOsnuO4>

Ryansa, M., Widiartanto, W., & Pradhanawati, A. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Pemberian Diskon terhadap Minat Pembelian Ulang GrabFood di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Pada Generasi Z Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 573–581. <https://doi.org/10.14710/JIAB.2023.38162>

Sabrina. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (E. Sulasmi, Ed.). Umsu Pres.
<https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=GodIEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=menambahkan+bahwa+pengalaman+pemohon+san>

gat+bergantung+pada+pengelolaan+prosedur+dan+kualitas+sumber+da
ya+manusia+dalam+proses+pelayanan,+yang+secara+langsung+meme
ngaruhi+persepsi+masyarakat+terhadap+institusi&ots=19WjVuOzr4&s
ig=RjaCSAeTfaMgDzxoojqpS7d7e5w&redir_esc=y#v=onepage&q&f=
false

Saogo, W. P., Yanti, S., & Mursal, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, dan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Pos Aja! PT. Pos Indonesia Cabang Batam). *Zona Manajerial: Program Studi Manajemen (S1) Universitas Batam*, 14(2), 94–107. <https://doi.org/10.37776/ZONAMANAJER.V14I2.1552>

Sari, F. C. P., Johan Suzana, A., Achadi, A., & Esti Masita, T. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Purwokerto. *SEMINAR NASIONAL LPPM UMMAT*, 2(0), 1019–1032. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/semnaslppm/article/view/14402>

Sayeti, A. B., Fauzi, A., Irawan, D. F., Telaumbanua, K. K., Dzaky, M., & Salsabila, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Aplikasi Online Shop: Kelengkapan, Kenyamanan, Kualitas Dan Kemudahan (Studi Literasi Manajemen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 405–413.

Seffany, D., & Lubis, A. L. (2024). The Influence of Panda Kid's Club Activities on Repeat Visit Intentions at Holiday Inn Resort, Batam City. *Media Wisata*, 22(2), 324–340. <https://doi.org/10.36276/MWS.V22I2.740>

Seo, K. H., & Lee, J. H. (2021). The Emergence of Service Robots at Restaurants: Integrating Trust, Perceived Risk, and Satisfaction. *Sustainability* 2021, Vol. 13, Page 4431, 13(8), 4431. <https://doi.org/10.3390/SU13084431>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (revised edition). Alfabeta.

Suryatenggara, G. M., Sofia, K., & Dahlan, S. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Price on Customer Loyalty in Gojek Through Customer Satisfaction (Study on Gojek Apps Users in Jabodetabek). *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 171–185. <https://doi.org/10.30813/JBAM.V15I2.3866>

Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat

- Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/PEMASARAN.18.1.1-14>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (4 ed.). Andi.
- Wahsil, M. Z., Farid Afandi, M., & Sumani, S. (2023). Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 4(2), 83–96. <https://doi.org/10.24853/jmmb.4.2.83-96>
- Zuhro, N. C., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Aplikasi OVO). *JLAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 284–293. <https://doi.org/10.1108/-03090560310495456>
- Aulia, R. (2020). *Manajemen Pengalaman Pelanggan dalam Sektor Publik*. Rajawali Press. Jakarta.
- Fajar, R., & Putra, I. (2017). *Peran Teknologi dalam Meningkatkan Kemudahan Layanan Publik*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan EService Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hafidz, G. P., & Nabilah, P. S. (2024). Pengaruh Kenyamanan, Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 528-542.
- Indrawati, L., & Pattinama, M. M. (2021). Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 16-21.
- Kock, F., Josiassen, A., & Assaf, A. G. (2016). Advancing destination image: The destination content model. *Annals of Tourism Research*, 61, 28–44. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2016.07.003>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.) Pearson Education. Upper Saddle River, NJ.
- Lin, C., Wu, Y.-S., & Chen, J.-C. V. (2013). Electronic Word-Of-Mouth: The Moderating Roles Of Product Involvement And Brand Image. *Proceedings of 2013 International Conference on Technology Innovation and Industrial Management*, 29(31), 23–29.
- Londa, D. R., Worang, F. G., Arie, F. V, Londa, D. R., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). The Influence of Perceived Credibility, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness toward Customer Satisfaction in Using BSGtouch. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 934–945. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V10I4.43902>
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Priyadi, P., & Santosa, E. (2020). *Inovasi Layanan Publik dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Masyarakat*. Universitas Indonesia Press. Depok.
- Rahardjo, M. (2017). *Kebijakan dan Manajemen Layanan Publik di Indonesia*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Ryansa, M., Widiartanto, W., & Pradhanawati, A. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Pemberian Diskon terhadap Minat Pembelian Ulang GrabFood di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Pada Generasi Z Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 573-581.
- Sari, F. C. P., Suzana, A. J., Achadi, A., Masita, T. E., & Arinastuti, A. (2023, April). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Purwokerto. In *SEMINAR NASIONAL LPPM UMMAT* (Vol. 2, pp. 1019-1032).
- Setiawan, I. (2017). *Manajemen Kualitas Layanan Publik*. Alfabeta. Bandung.
- Siti, R. (2019). *Evaluasi Kepuasan Masyarakat terhadap Layanan Pemerintah di Indonesia*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (revised edition). Alfabeta.

- Suryatenggara, G. M., Sofia, K., & Dahlan, S. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Price on Customer Loyalty in Gojek Through Customer Satisfaction (Study on Gojek Apps Users in Jabodetabek). *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 171–185. <https://doi.org/10.30813/JBAM.V15I2.3866>
- Suwarna, S. (2019). *Pengaruh Kenyamanan Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan di Layanan Publik*. Penerbit UGM Press. Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction: Concept, Measurement and Application*. Andi Publisher. Yogyakarta.
- Wiedmann, K. P., Hennigs, N., & Schmidt, J. B. (2018). *Satisfaction and Loyalty in Public Services: New Insights from Research*. Springer. Cham. DOI: 10.1007/978-3-319-97245-1
- Zavattaro, S. M. (2014). Place branding through phases of the image: Balancing image and substance. *Place Branding through Phases of the Image: Balancing Image and Substance*, 1–185. <https://doi.org/10.1057/9781137394514>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.