

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, M., & Suyono, J. (2019). The effect of product quality, service quality. Group for repurchase intention a Kopi Gaptek Surabaya. *Journal or World Conference*.
- Akhmadi, D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan aplikasi OVO. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 4(5), 708-720. Retrieved from <https://e-jurnalmitramanajemen.com>
- Amelisaa, N. W., Asridab, P. D., & Firmani, P. S. (2023). Pengaruh inovasi produk dan strategi pemasaran terhadap penetapan harga produk kain Rangrang di Desa Pejukutan Nusa Penida. *Arthaniti Studies*, 4(1), 53-38.
- Ananda Rachmahsari¹, D. B. (2021). Pengaruh inovasi produk dan product knowledge terhadap brand awareness Letterpress.co. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 6(2).
- Angela, C.T (2016), Pengaruh brand experience terhadap brand loyalty melalui satisfaction dan brand trust pada smartphone Iphone merek Apple. *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/2175/10/RESUME.pdf>
- Annur, C. M. (2022). Bukan Samsung atau Apple, inilah pangsa pasar merek smartphone tertinggi di RI. *Databoks*: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/24/bukan-samsung-atau-apple-inilah-pangsa-pasar-merek-smartphone-tertinggi-di-ri>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- CNN. (2022). Sebumi, orang Indonesia paling rajin main smartphone. Retrieved from Cnn Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220414134130-37331733/sebumi-orang-indonesia-paling-rajin-main-smartphone>
- Devara, S. A., & Rachmawati, I. (2023). SEIKO : Pengaruh e-wom, brand image, dan price terhadap repurchase intention pada Iphone. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 21–32. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3750>

- Filieri, R., & Lin, Z. (2017). The role of aesthetic, cultural, utilitarian and branding factors in young Chinese consumers' repurchase intention of smartphone brands. *Computers in Human Behavior*, 67, 139–150. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.057>
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, J., Hollingsworth, C. L., Randolph, A. B., & Chong, A. Y. L. (2017). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management and Data Systems*, 117(3), 442–458. <https://doi.org/10.1108/IMDS-04-2016-0130>
- Hardani, Auliyah, N.h., Andriani, H., Farsani, R.A., Ustiawaty, J., Utami, E.F., Sukmana, D.J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif* (H. Abadi (ed.)). Pustaka Ilmu.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM untuk penelitian manajemen, AMOS, LISREL, PLS*, . PT Luxima metro media.
- Hasniati, Pratiwi Indriasari, D., & Sirajuddin, A. (2021). Pengaruh customer experience terhadap repurchase intention produk online dengan customer satisfaction sebagai variable intervening. In *MARS Journal* (Vol. 1, Issue 2). <http://journal.ilrscentre.or.id/>
- Ho, M. H. W., & Chung, H. F. L. (2020). Customer engagement, customer equity and repurchase intention in mobile apps. *Journal of Business Research*, 121(August), 13– 21. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.046>
- Idzni, S. N., Saidani, B., & Fidyallah, N. F. (2021). Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) product quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (2) service quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (3) kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalit. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Keuangan*, 2(3).
- Jaya, I. M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant.
- Jho. (2023). Perkembangan teknologi digital di indonesia: sejarah & dampak. Retrieved from Jogjahost: jogjahost.co.id

- Kim, S., Cha, J., Knutson, B. J., & Beck, J. A. (2011). Development and testing of the consumer experience index (CEI). *Managing service quality: An International Journal*, 21(2), 112–132. <https://doi.org/10.1108/09604521111113429>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. I. (2016). *Marketing management* (15 ed.). New Jersey: Pearson prectice hall, inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of marketin* (17 ed.). Westford: Pearson Education Limited.
- Kuswibowo, C., Tyasti, A. E., & Febrianto, D. (2020). Pengaruh product quality dan brand image terhadap customer satisfaction (Studi pada pelanggan Starbucks Coffe Margonda Depok). In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Industri dan Rantai Pasok* (Vol. 1, No. 1, pp. 95-101).
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The effects of shopping orientations, online trust and prior online purchase experience toward customers' online purchase intention. *International Business Research*, 3(3), 63. <https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p63>
- Miladiyah Jembari Rohimah, L. E. (2022). Pengaruh brand image, product innovation dan hedonic value terhadap willingness to pay premium price. *Jurnal riset pemasaran*, 1(1).
- Nasruddin, M. A. (2023). Pengaruh service quality terhadap customer satisfaction pada layanan jasa Go-Jek di Kota Palopo. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN)*, 6(1). doi:<https://doi.org/10.56858/jmpkn.v6i1.89>
- Nawangsari, S., & Rahmawati, I. F. (2018). Pengaruh service quality, website quality, customer value, dan trust terhadap customer satisfction (Studi kasus pada Zalora.co.). *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi (SEMNASTIK) X*.
- Nilowardono, S. (2022). Pengaruh product quality terhadap brand loyalty melalui melalui brand love pada konsumen smartphone android. *Edunomika*, 6(1).
- Ningrum, C. A., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh product quality, service quality, price, dan brand image terhadap customer satisfaction. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 721-730.

- Perekonomian, K. K. (2021). Kemajuan IPTEK untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi. Jakarta: HM.4.6/183/SET.M.EKON.3/07/2021.
- Putri, A. A. (2022). Pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian produk kopi kenangan. *JMPPK*, 1(2).
- Putri, F. P., & Sisilia, K. (2021). Pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Iphone 11 (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University). *e-Proceeding of Managemen*, 8, p. 5823.
- Rian Ramadhan. (2023). Kalahkan iPhone, Samsung jadi smartphone paling laku di Q1 2023. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparantech/kalahkan-iphone-samsung-jadi-smartphone-paling-laku-di-q1-2023-20LI1nqWDHc/full>
- Riswan, M. S., Waloejo, H. D., & Lisyorini, S. (2022). Hasil variabel inovasi memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen, lalu terdapat variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen, dan yang terakhir adalah variabel inovasi dan kualitas produk memil. *Jurnal ilmu administrasi*, 11(2). Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Sari, D. A. T., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Role of consumer satisfaction in mediating effect of product quality on repurchase intention. *International research journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 217–226. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.839>
- Schmitt, Bernd H. 1999. Experiential marketing : How to get customer to sense, feel, think, act, and relate to your company any brand. New York : Free Press
- Soemali, R. N., & Dharmayanti, D. (2015). Pengaruh produk innovation, product quality dan brand image dan brand image terhadap Subscription. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Sudiastari, N. K. (2022). Pengaruh product quality dan price fairness terhadap keputusan pembelian Reseller Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar. Widya Amrita: *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(2), 319-330.
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D. Alfabeta.

- Sugiyono, (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D, Bandung: PT Alfabet
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tambunan, F. R., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh product quality dan service quality terhadap kepuasan serta dampak pada loyalitas pelanggan (Studi empirik Mitra 10 Depok, Cibubur dan Bogor). *Ekobisman-Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 6(3), 271-284.
- Tampanguna, I. K., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Es Miangan bahu Kota ,Manado. *Productivity*, 3(1).
- Tjiptono, F. (2016). *Service, quality & satisfactio*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasara*. Yogyakarta: Andi.
- Wahono, R. M., & Masykuroh, E. (2022). Pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap daya saing dengan brand image sebagai variable intervening pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Nganjuk Yos. *Falahiya: Research Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 156-172.
- Wikipedia. (2020). *Apple Store*. Retrieved from Wikipedia: https://id.m.wikipedia.org/wiki/Apple_store#:~:text=apple%20store%20adalah%20jaringan%20toko,510%20toko%20di%20seluruh%20dunia
- Winarso, W. (2020). *Bisnis kreatif dan inoasif*. Jakarta: Yayasan Barcode.
- Yonatan, A. Z. (2023). Indonesia negara ketiga pengguna handphone terbanyak di dunia. Goodstats: <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyyonatan/indonesia-negara-ketiga-pengguna-handphone-terbanyak-di-dunia-Hp9xr>