

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, A. N., Suwandari, L., & Adi, P. H. (2019). Analisa Pengaruh Customer Experience, User Experience, dan Hambatan Berpindah Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Go-Jek Di Kota Purwokerto). *Sustainable Competitive Advantage-9 (Sca-9)*, 9(1), 361–372.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). *Laporan Survey Internet APJII 2019-2020 (Q2)*. Diakses dari <https://apjii.or.id/survei2019x>.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan ( Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1), 1–6.
- Azmi, M., Kharisma, A. P., & Akbar, M. A. (2019). Evaluasi User Experience Aplikasi Mobile Pemesanan Makanan Online dengan Metode Design Thinking ( Studi Kasus GrabFood ). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(8), 7963–7972.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Bertram, D. (2007). Likert scales. Retrieved November, 2(10).
- Bordens, K. S., & Abbott, B. B. (2018). *Research Design and Methods: A Process Approach 10th ed*. McGraw Hill: New York.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran Edisi 4*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Dahanum, I., Mesran, & Zebua, T. (2017). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Internet Service Provider Menerapkan Metode Elimination and Choice Translation Reality ( Electre ). *Konferensi Nasional Teknologi Informasi Dan Komputer (KOMIK)*, 1(1), 248–255. Retrieved from <https://ejurnal.stmik-budidarma.ac.id/index.php/komik/article/view/506>
- Darsono, L. (2004). Loyalty & Disloyalty: sebuah Pandangan Komprehensif dalam Analisis Loyalitas Pelanggan. *Kinerja Journal of Business and Economics*, 8(2), 163–173.

- Deng, L., Turner, D. E., Gehling, R., & Prince, B. (2010). User experience, satisfaction, and continual usage intention of IT. *European Journal of Information Systems*, 19(1), 60–75. <https://doi.org/10.1057/ejis.2009.50>
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. UB Press.
- Farida, L. D. (2016). Pengukuran User Experience dengan Pendekatan Usability (Studi Kasus: Website Pariwisata di Asia Tenggara). *Semnasteknomedia Online*, 4(1), 6–7.
- Fernández-Gómez, E., Martín-Salvador, A., Luque-Vara, T., Sánchez-Ojeda, M. A., Navarro-Prado, S., & Enrique-Mirón, C. (2020). Content validation through expert judgement of an instrument on the nutritional knowledge, beliefs, and habits of pregnant women. *Nutrients*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/nu12041136>
- Field, A., Miles, J., & Field, Z. (2012). *Discovering Statistics Using R*. Sage: California.
- Finardi, A. D. I., & Yuniawati, Y. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 6(1), 983–994.
- Gaffar, V. (2007). *Manajemen Bisnis*. Alfabeta.
- Gio, P. U., & Rosmaini, E. (2018). *Belajar Olah Data dengan SPSS, MINITAB, R, Microsof Excel, Eviews, Lisrel, Amos, dan Smartpls*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/2z79c>
- Hayes, B. E. (2008). *Measuring Customer Satisfaction and Loyalty (Survey Design, Use, and Statistical Analysis Methods) 3rd ed.* ASQ Quality Press.
- Hijjah, R., Ardiansari, A. (2015). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Value Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction. *Management Analysis Journal*, 4(4), 281–288. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i4.8880>

- Hsu, C. L., & Chen, M. C. (2018). How gamification marketing activities motivate desirable consumer behaviors: Focusing on the role of brand love. *Computers in Human Behavior*, 88, 121–133. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.06.037>
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran pemasaran Dan Loyalitas Konsumen Edisi 1*. Afabeta.
- Hutabarat, M. (2014). Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Jejaring Sosial Path Di Kota Bandung Pada Tahun 2014. 1–18.
- Intanny, V. A., Widiyastuti, I., & Perdani, M. D. K. (2018). Pengukuran Kebergunaan dan Pengalaman Pengguna Marketplace Jogjaplaza.id. *Journal Pekommas*, 3(2), 117. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030201>
- ISO. (2010). *Human Centered Design for Interactive System*.
- Joudeh, J. M. M., & Dandis, A. O. (2018). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in an Internet Service Providers. *International Journal of Business and Management*, 13(8), 108. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n8p108>
- Kotler, P., & Amstornig, G. (2018). Principles Of Marketing 17th ed. Pearson
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). “Manajemen Pemasaran (Bejamin Molan, Pentj)”. Ed 12, Jilid 1&2. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management 13th ed*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th ed*. Pearson
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th ed*. Pearson
- Kristiyono, J. (2015). Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat. *Scriptura*, 5(1), 23–30. <https://doi.org/10.9744/scriptura.5.1.23-30>
- Kumar, S., & Mishra, N. (2013). Do Retail Stores ’ Attributes Influence Customer Satisfaction in India ? *Asian Journal of Marketing & Management Research*, 2(2).

- Kusuma, Y. S. (2014). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Dan Brand Trust Harley Davidson Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–11.
- Kuswandi, W.Y., Ichsan, N., Ermawati, E., & Wahyuni, T. (2018). Sistem Informasi Pelayanan Karier Siswa dan Alumni Berbasis framework Codeigniter. *Jurnal Interkom*, 13(2), 12–20. Retrieved from <http://e-journal.rosma.ac.id/index.php/interkom/article/view/25>
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Lodhia, S., & Stone, G. (2017). Integrated Reporting in an Internet and Social Media Communication Environment: Conceptual Insights. *Australian Accounting Review*, 27(1), 17–33. <https://doi.org/10.1111/auar.12143>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing People, Technology, Strategy 7th ed.* Pearson
- Ma, Y., Zhou, G., & Wang, S. (2019). WiFi sensing with channel state information: A survey. *ACM Computing Surveys*, 52(3). <https://doi.org/10.1145/3310194>
- Martín-Consuegra, D., Molina, A., & Esteban, Á. (2007). An integrated model of price, satisfaction and loyalty: An empirical analysis in the service sector. *Journal of Product and Brand Management*, 16(7), 459–468. <https://doi.org/10.1108/10610420710834913>
- Marzuki, M., & Basariah, B. (2017). The Influence of Problem-based Learning and Project Citizen Model in The Civic Education Learning on Student's Critical Thinking Ability and Self Discipline. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 36(3).
- Mulyati. (2005). *Psikologi Belajar*. ANDI. Yogyakarta.
- Muzzamil, A., Yunus, M., & Darsono, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia di Banda Aceh Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Fachrul Rizal*, 8(3), 37–51.

- Nam, J., Ekinci, Y., & Whyatt, G. (2011). Brand equity, brand loyalty and consumer satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 1009–1030. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.015>
- Nugroho, B. W. (2020). Analisa Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10025>
- Ofori, K. S., Boakye, K., & Narteh, B. (2018). Factors influencing consumer loyalty towards 3G mobile data service providers: evidence from Ghana. *Total Quality Management and Business Excellence*, 29(5–6), 580–598. <https://doi.org/10.1080/14783363.2016.1219654>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy 9th ed.* McGraw Hill.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS (1)*. Penerbit Gava Media.
- Puspita, R., & Yunus, M. (2017). Pengaruh Faktor Sosial, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Merek Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Telepon Selular (Studi Kasus Pada Pengguna Samsung Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Magister Manajemen*, 1(1), 46-58.
- Putera, J. M. Z. (2016). The Influence of Consumer Perception on Purchase Intention of Using. *4(1)*, 1381–1391.
- Rahyuda, I. K., & Atmaja, N. P. C. D. (2018). Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Penerbangan Domestik Gia Di Denpasar. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 15(3), 370–395. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2011.v15.i3.374>
- Rezaldy, I., & Trianasari, N. (2019). Effect of User Experience on Customer Satisfaction in iflix Application Users. *E-Proceeding of Management*, 6(1), 491. Retrieved from [https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/148878/jurnal\\_eproc](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/148878/jurnal_eproc)

[/pengaruh-user-experience-terhadap-customer-satisfaction-pada-pengguna-aplikasi-iflix-the-effect-of-user-experience-on-customer-satisfaction-in-iflix-application-users.pdf](#)

- Risal, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampong Syariah. *JMB (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 1(1). Retrieved from <https://doi.org/10.30743/magister.v1i1.1607>
- Riskayanti, N., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5, 1–22.
- Saadillah, F., & Siregar, E. H. (2019). Pengaruh User Experience terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Z pada Sistem Pemesanan Mcdelivery Mobile Application di Jawa Barat Effects of User Experience on Z Generation towards Consumer Satisfaction in the McDelivery Mobile Application Ordering System . *10(2)*, 92–101.
- Saifuddin, A. (2020). Penyusunan Skala Psikologi Edisi Pertama. Kencana: Jakarta.
- Schrepp, M., Hinderks, A., & Thomaschewski, J. (2014). Applying the user experience questionnaire (UEQ) in different evaluation scenarios. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 8517 LNCS(PART 1), 383–392. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-07668-3\\_37](https://doi.org/10.1007/978-3-319-07668-3_37)
- Setyo, H. W., & Sukmasari, M. P. (2014). Teknologi Dan Kehidupan Masyarakat. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 13–24. Retrieved from <https://jurnal.uns.ac.id/jas/article/view/17444/13932>
- Shin, D. H. (2015). Effect of the customer experience on satisfaction with smartphones: Assessing smart satisfaction index with partial least squares. *Telecommunications Policy*, 39(8), 627–641. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2014.10.001>
- Sorooshian, S., Salimi, M., Salehi, M., Nia, N. B., & Asfaranjan, Y. S. (2013). Customer Experience about Service Quality in Online Environment: A Case

- of Iran. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 93, 1681–1695.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.101>
- Sudirman, A., Efendi., & Harini, S. (2020). Kontribusi Harga dan Kepercayaan untuk Membentuk Kepuasan Pengguna Transportasi Berbasis Aplikasi. *Journal of Business & Banking*, 9(2), 323–335.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta: Bandung.
- Sumarwan, U. (2002). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Gahlia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Gahlia Indonesia.
- Supriyatna, A., & Maria, V. (2017). Khazanah Informatika Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna dan Tingkat Kepentingan Penerapan Sistem Informasi *DJP Online dengan Kerangka PIECES*. 3(2), 88–94.
- Suryaratri, R. D., & Rangkuti, A. A. (2017). *Statistika Deskriptif untuk Psikologi dan Pendidikan*. Jakarta: Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
- Sutadi, H. (2021, Februari 24). Pandemi dan Meningkatnya Kebutuhan Akses Data Internet. *Detik News*. Diakses dari <https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-5435334/pandemi-dan-meningkatnya-kebutuhan-akses-data-internet>.
- Tambunan, J. S. (2019). The Effect of Product Quality and Trust in Customer Satisfaction and Customer Loyalty at FirstMedia in Surabaya. *126*(1), 1–7.
- Utama, I. D. A. G. A., & Kusuma, A. A. G. A. A. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6468. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p05>
- Wanke, M. (2009). *Social Psychology of Costumer Behavior*. Psychology Press.

Wardani, I., Jumain, & Mufarihin. (2020). Pengaruh Harga, Free Wifi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Coffee JMP Pahlawan Lamongan. *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 35(2), 1–12.

Wijono, S. (2010). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Kencana

Wongso, D. A. (2020). Analisa user experience terhadap customer loyalty dengan trust sebagai variabel intervening pada aplikasi ovo digital payment. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10026>

Yanti, M. (2018). Analysis of The Influence of Trust, Easiness in Shopping, Product Quality to Customer Satisfaction To Increasiness in Shopping Consumer Loyalty Online Shopping. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 2(4), 50–64.

Yulianti, M. (2017). Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Operator Seluler Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 4(1), 111–118.

Zeithaml, V.A., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 3rd ed.* McGraw-Hill, New York.