

## DAFTAR PUSTAKA

- Ailudin, M., & Sar, D. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang. *E-Proceeding of Management*, 1050.
- Aisyah, S. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Nimshop Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1- 21.
- Ambarwati, D. (2020). Uji Dan Perbaikan Multikolinearitas. *Academia Accelerating the World's Research*, 1-10.
- Anam, C. (2020). Jenis Uji Statistik Untuk Analisis Hasil Penelitian. *Berkala Fisika*, 115-117.
- APJJ. (2020). *Survei Pengguna Internet APJJ 2019-Q2 2020: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru Di RI*. Jakarta: APJJ.
- Apriliana, E. S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 2242-2282.
- Arif, M. E. (2019). *The Influence of Electronic Word of Mouth (Ewom), Brand Image, And Price On Re-Purchase Intention of Airline Customers*. *Journal of Applied Managemen*, 345-356.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *JURNAL ORGANISASI DAN MANAJEMEN*, 14-34.
- Barlian, E. (2016). *Metodelogi penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Bawono, T. K., & Subagio, T. H. (2020). Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1.
- Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum]). *Jurnal ilmu matematika dan terapan*, 333-342.
- Bilgin, Y. (2018). *The Effect of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty*. *Business & Management Studies: An International Journal*, 128-148.
- Dahri, M. (2020). Pengantar Belajar Statistika Dasar. *Osf Preprints*, 1-9. Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia.

- Dewi, N. A., & Kusuma, A. A. (2019). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Kembali. *E-Jurnal Manajemen*, 5591-5610.
- Dewi, N. A., & Kusuma, A. A. (2019). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Kembali. *E-Jurnal Manajemen*, 5591-5610.
- Dinaratu, D. A., & Muttaqin, A. (2017). Kualitas produk Pelayanan dan Nilai Syariah terhadap Persepsi Mahasiswa Ekonomi Islam untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 200.
- Efinta, T. (2017). *Effect of Variation Of Products, The Service Quality, Price And Location On Customer Satisfaction Wedding Organizer*. *Jurnal AdBispreneur*, 107-115.
- Febrini, I. Y., PA, R. W., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 35-54.
- Finthariasar, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualias Produk, Display Layout Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal Ekombis Review*, 149-159.
- Harahap, S. F., & Tirtayasa, S. (2020). Pengaruh Motivasi, Disiplin dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Kantor Cabang Kualanamu. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 120-135.
- Heryana, D. K., & Yasa, N. N. (2020). Effect of Electronic Word of Mouth on Repurchase Intention Mediated by Brand Attitude. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 2.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian dan Uji Validitas Reliabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing.
- Hidayati, & Heryanda. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Netflix. *Jurnal Manajemen*, 100-107.
- Isfiandi, & Amin, A. M. (2019). Effect Of Product Variation, Price, And Customer Experience On Purchase Decision Of Ceramic Mulia Tile At Pt. Surya Asia Abadi In Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 14-119.
- Jatiningrum, W. S., Pertiwi, S. K., Irianto, M. I., & Yolanda. (2021). Pemilihan Aplikasi Layanan Video on Demand bagi Mahasiswa Menggunakan TOPSIS. *OPSI*, 115-121.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Kencana.

- Kusuma, B. A., & SatriaPutri, B. P. (2019). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Equity. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 1.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 33-39.
- Lestari, A., & Faizin, M. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Variasi Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Gema Ekonomi*, 85-97.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3.
- Ludwianto, B., & Panji, A. (2020, Januari 23). *MUI Bantah Mau Keluarkan Fatwa Haram Netflix, tapi Kritisi Kontennya*. Retrieved from Kumparan Tech: <https://kumparan.com/kumparantech/mui-bantah-mau-keluarkan-fatwa-haram-netflix-tapi-kritisi-kontennya-1shJwfKs2zG/full>
- Ludwianto, B., & Panji, A. (2020, Januari 23). *MUI Bantah Mau Keluarkan Fatwa Haram Netflix, tapi Kritisi Kontennya*. Retrieved from Kumparan Tech: <https://kumparan.com/kumparantech/mui-bantah-mau-keluarkan-fatwa-haram-netflix-tapi-kritisi-kontennya-1shJwfKs2zG/full>
- Lutfi, M. (2019). Konsumsi Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam. *Madani Syari'ah*, 65-78.
- Maharani, N. D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, Dan Harga Terhadap Repurchase Intention Pada Economie Resto Merr Surabaya, 1-16.
- Maharani, N. D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, Dan Harga Terhadap Repurchase Intention Pada Economie Resto Merr Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-16.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda). *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 333-342.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda). *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 333-342.
- Marheiningsih, & Amirulmukminin. (2020). Pengaruh Variasi Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Ilo Peta Kota Bima. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 3.
- Meidatuzzahra, D. (2019). Penerapan Accidental Sampling untuk Mengetahui

- Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan Terhadap Siklus Menstruasi. *Jurnal Avesina*, 19-23.
- Monica, T., & Widaningsih, S. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang. *e-Proceeding of Applied Science*, 30.
- Monica, T., & Widaningsih, S. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang. *e-Proceeding of Applied Science*, 30.
- Monica, T., & Widaningsih, S. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Taman Kardus Bandung). *e-Proceeding of Applied Science*, 31.
- Muslich, A. W. (2010). *Fiqh Muamalat*. Amzah, 179.
- Mutaqin, A. (2017). Konsep Periklanan Dalam Ekonomi Islam. *Cahaya Aktiva*, 7-9.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Ujiasumsiklasik Pada Analisis Regresi Linier
- Mwardi. (2019). Rambu-rambu skala sikap model likert untuk mengukur sikap siswa. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 292-304.
- Nanda Juwita, H. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Ulang Di Pasar Induk Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 106-112.
- Nasuka, M. (2017). Etika Penjualan dalam Perspektif Islam. *Jurnal Muqtasid*, 47-72.
- Nazarullah. (2018). Teori-Teori Komunikasi Massa Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Peurawi*, 1-16.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik*. Jakarta: CV. Pradina Pustaka Grup.
- Nurlan, F. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Parepare: CV. Pilar Nusantara.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik*. Jakarta: CV. Pradina Pustaka Group.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik*. Jakarta: CV. Pradina Pustaka Group.
- Nurul. (2021, Agustus 17). Institut Agama Islam. Retrieved from Hukum Jual Beli Online Dalam Islam : <https://an-nur.ac.id/hukum-jual-beli-online-dalam-islam/>
- Panigoro, A., Rahayu, A., & Rahayu, V. (2018). Analisis E-lifestyle dan E-Word Of Mouth terhadap Repurchase Intention Secara Online. *Jurnal Ilmu*

*Manajemen & Bisnis*, 2632.

- Pebrila, L., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). Kekuatan Pengalaman Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handmade Addictive. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 341-354.
- Pebrila, L., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). Kekuatan Pengalaman Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko HANDMADE ADDICTIVE. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 341-354.
- Peburiyanti, D., & Sabran. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *JEMI*, 29-39.
- Peburiyanti, D., & Sabran. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*, 29.
- Peburiyanti, D., & Sabran. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jemi*, 29-39.
- Prahiawan, W., Fahlevi, M., Juliana, J., Purba, J. T., & Tarigan, S. A. (2021). The role of esatisfaction, e-word of mouth and e-trust on repurchase intention of online shop. *International Journal of Data and Network Science*, 593-600.
- Puhi, S. R., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2021). PENGARUH VARIASI PRODUK VALUE PLUS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI HYPERMART GORONTALO. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS*, 4.
- Purba, E., & Bonoraja Purba, A. S. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Purba, E., purba, B., syafii, a., khairad, f., damanik, d., siagian, v., . . . arfandi sn, r. e. (2021). *metode penelitian ekonomi*. jakarta: yayasan kita menulis.
- Rahadi, D. R., & Zaniat. (2017). Sosial Media Marketing Dalam Mewujudkan E-Marketing. *Kntia*, 4.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 62-70.
- Riyanto, M. (2021). Tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Variasi Produk, Store Atmosphere, Hedonic Shopping serta Pembelian Impulsif. *Riset Pemasaran*

dan Konsumen, 168.

- Rozi, M. F. (2017). Penerapan Electronic Word of Mouth (Ewom) Dan Prinsip Komunikasi Dalam Islam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 11-21.
- Salsabiila, P. (2020). Pola Perilaku Binge Watching Pada Generasi Z. *Academia. Education*, 1-13.
- Sari, N. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi pada Online Shop. Universitas Sumatera Utara, 22.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, 96-106.
- Shobirin. (2015). Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 240-260.
- Sitanggang, P. S. (2022). Strategi Pemasaran Global terhadap Netflix. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3026-3035.
- Slamet, A. S., Almas, C., & Indrawan, D. (2021). Why Costumers Have The Intention to Repurchase at Coffee Shops in Bogor? Explaining The Role of Social Media Marketing, Dining Atmosphere, and Relationship Marketing. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 252-264.
- Solihin, N., & Fatah, S. D. (2018). Komunikasi Efektif Seorang Pendidik. *Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 1-21.
- Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., & Suastika, N. P. (2020). The Effect of Experiential Marketing, Social Media Marketing, and Brand Trust on Repurchase Intention in Ovo Applications. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 11-21.
- Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., & Suastika, N. P. (2020). The Effect of Experiential Marketing, Social Media Marketing, and Brand Trust on Repurchase Intention in Ovo Applications. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 11-21.
- Sugiono, Noerdjanah, & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 55-61.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulivyo, L. (2022). Hubungan Antara Layanan Video On Demand Netflix Dan Minat Berlangganan Mahasiswa. *Jurnal Cafeteria*, 118-126.

- Tahlohding, S. (2015). Pemasaran dalam Ekonomi Islam Studi Integrasi dan Komprehensif. *Jurnal Pemasaran dalam Ekonomi*, 240.
- Unpar, A. A. (2021). The Moderating Role of Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Influence of Perceived Value on Repurchase Intention. *Indonesian Journal of Business Analytics (IJBA)*, 71-90.
- Utama, L., & Bestari, N. P. (2020, Januari 24). *ViVA.co.id*. Retrieved from Nonton Netflix Masuk Neraka: <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1197232-nonton-netflix-masuk-neraka?page=4>
- Utama, L., & Bestari, N. P. (2020, Januari 24). *ViVA.co.id*. Retrieved from Nonton Netflix Masuk Neraka: <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1197232-nonton-netflix-masuk-neraka?page=4>
- Wardhana, E. (2019). Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Sonny Vaio. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 2-20.
- Widyawati, A., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Youtube Terhadap Tingkat Brand Awareness Pada Generasi Z. *e-Proceeding of Applied Science*, 1226-1231.
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi. *Cakrawala Repositori IMWI*, 1.
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi. *Cakrawala*, 12.