

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). "A Bayesian analysis of attribution processes." *Psychological Bulletin*, 82(2), 261-277. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0076477>
- Asmirullah. (2022). *Metodologi Penelitian Manajemen: Disertai Contoh Judul Penelitian dan Proposal*. Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Asfina, W., & Jadmiko, P. (2023). Pengaruh Experiential Marketing, *Customer experience*, dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk MS Glow Di Kota Padang (Studi Kasus Masyarakat Kota Padang). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 3(3), 391-395. DOI: <https://doi.org/10.47233/jrebs.v3i3.1121>
- Barbu, C. M., Florea, D. L., Dabija, D. C., & Barbu, M. C. R. (2021). *Customer experience* in fintech. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1415-1433. DOI: <https://doi.org/10.3390/jtaer16050080>
- Cantu, N., Varela, D. G., Jones, D., & Challoo, L. (2021). Factors that influence school choice: A look at parents' and school leaders' perceptions. *Research in Educational Policy and Management*, 3(1), 19-41. DOI: <https://doi.org/10.46303/repam.2021.2>
- Cendy, C. A., Arwin, A. A., & Tasik, T. U. (2023). Pengaruh *Customer experience* Terhadap Keputusan Pembelian di Teko Healthy Resto, Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Komputer dan Sains* (Vol. 1, No. 1, pp. 509-521). <https://prosiding.seminars.id/prosainteks/article/view/164>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson UK.
- Christie, F. D. (2023). Pengaruh Produk Jasa Layanan Pendidikan Dan *Social Media* Terhadap Keputusan Orang Tua Menyekolahkan Anaknya Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Strada Pusat: DKI Jakarta
- Dewi, A. S., Inayati, T., & Efendi, M. J. (2022). Pengaruh *Digital marketing*, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 202-209. DOI: <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i3.50>
- Ernantyo, Y. E., & Febry, T. (2022). Pengaruh Implementasi *Digital marketing* Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Pada Kafe Kisah Kita Ngopi. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 1(2 Juni). DOI: <https://doi.org/10.32524/kkjm.v1i2%20Juni.740>

- Fahira, D. N., Agustina, E., & Qurhtuby, M. (2021). *Digital marketing Implementation: Implentasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang. Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 63-68. DOI: <https://doi.org/10.31004/jptam.v5i2.1958>
- Fairuz, M. A., & Nurjanah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Sari Roti. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(4), 4442-4466. Vol. 8 No. 4 (2022): Kalbisiana. <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/article/view/1682>
- Farida, I., & Roesman, R. R. (2019). Pengaruh Cognitive Dan Affective *Online Shopping Experience* Terhadap *E-Loyalty* Pada Generasi Millenial Yang Berbelanja Di Situs Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(2), 253-268. DOI: <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i2.4714>
- Fitria, D. N. T., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 592-610. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jbmk/article/view/30152>
- Hanafiah, H. (2022). Implementation Of Character Strengthening In Boarding School Students. *International Journal of Education and Digital Learning* (IJEDL), 1(2), 49–54. DOI: <https://doi.org/10.54443/ijedl.v1i2.10>
- Hanifyanto, G. Y. (2022). *Analisis Marketing Mix Terhadap Repurchase Intention Dengan Variabel Mediasi Keputusan Memilih Sekolah Orang Tua Murid SD Strada di Jakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana). <https://repository.mercubuana.ac.id/78354/1/55120110027%20-%2002%20Cover.pdf>
- Harsanti, Ari Dwi. (2022). Pengaruh Promosi, Image Sekolah terhadap Keputusan Orang Tua dengan Variabel *Intervening* Minat Mendaftar di SMP SSA. *Tingkatkan Wawasan Hadapi Tantangan: Manajemen Sekolah, Pemasaran, dan Personalia*. Strada Pusat: DKI Jakarta. <http://repository.kalbis.ac.id/handle/123456789/579>.
- Herawati, Prajanti, S. D. W., & Kardoyo. (2019). Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle, Product Quality, and Price through Purchase Motivation. *Journal of Economic Education*, 8(1), 1–11. DOI: 10.15294/JEEC.V8I1.29636
- Hoyer, W. D., Kroschke, M., Schmitt, B., Kraume, K., & Shankar, V. (2020). Transforming the Customer experience through new technologies. *Journal of interactive marketing*, 51(1), 57-71. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.001>

- Hudaya, A. (2020). Analisa Faktor yang Memengaruhi Niat Pembelian Kembali pada Private Label. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 335217. DOI: 10.22441/jimb.v6i1.7660
- Husnul, N. R. I., Prasetya, E. R., Ajimat, A., & Purnomo, L. I. (2020). *Statistik Deskriptif*. Universitas Pamulang: Banten. <https://repository.unpam.ac.id/8670/>
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas *Digital marketing* Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 7(2), 83-93. DOI: <https://doi.org/10.35870/jemsi.v7i2.609>
- Jufrizen, J., Daulay, R., Sari, M., & Nasution, M. I. (2020). Model Empiris Peningkatan Kepuasan Dan Niat Beli Konsumen Dalam Pemilihan *Online Shop* Instagram. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 249. DOI: [dx.doi.org/10.22441/mix.2020.v10i2.008](https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i2.008)
- Keeney, R. L. (1982). *Decision Analysis: An Overview*. *Operations Research*, 30(5), 803–838. <http://www.jstor.org/stable/170347>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2023). *Daftar Satuan Pendidikan (Sekolah) Dikdas Per Kec. Koja*. (<https://referensi.data.kemdikbud.go.id/pendidikan/dikdas/016104/3/jf/6/s1>)
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). The University of Minnesota Libraries Publishing. <https://open.lib.umn.edu/principlesmarketing/>
- Kristanti, Devi Sakti. (2022). Evaluasi Peran Marketing mix dalam Peningkatan Penerimaan Murid Baru SMP ABC. *Tingkatkan Wawasan Hadapi Tantangan: Manajemen Sekolah, Pemasaran, dan Personalia*. Strada Pusat: DKI Jakarta. <http://repository.kalbis.ac.id/handle/123456789/738>
- Kristiawan, A., Nursalin, K. K., Gunawan, I., & Yo, J. A. F. (2021). Pengaruh Pengalaman Berbelanja *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Segmen: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Pelanggan Shopee Dan JD. ID). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(2). DOI: <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i2.35107>

- Kusnadi, Y. (2016). *Pengaruh Pendaftaran Online Terhadap Jumlah Pendaftar Di Sekolah Dasar Negeri Jakarta*. *Paradigma*, 18(2), 89-101. DOI: <https://doi.org/10.31294/p.v18i2.1183>
- Kuswardani, Emilia (2022) Pengaruh Promosi Online, Word of Mouth, dan School Branding Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih SMP STR Cabang Bekasi. *Tingkatkan Wawasan Hadapi Tantangan: Manajemen Sekolah, Pemasaran, dan Personalia*. Strada Pusat: DKI Jakarta. <http://repository.kalbis.ac.id/handle/123456789/602>
- Lifani, S., Ulfah, M., & Kusumadewi, R. (2022). Pengaruh *Digital marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk Usaha Siwang Nounna Saritie Kabupaten Indramayu. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2), 83-92. DOI: <https://doi.org/10.57096/hawalah.v1i2.10>.
- Mahyarni, M. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13-23. DOI: <http://dx.doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>.
- Munandar, Dadang. (2022). *Digital marketing*. Cipta Media Nusantara.
- Mustafa, P. S. (2022). Statistika Inferensial meliputi Uji Beda dalam Pendidikan Jasmani: Sebuah Tinjauan. *DIDAKTIKA: Jurnal Pemikiran Pendidikan*, 28(2), 1. DOI: [10.30587/didaktika.v28i2\(1\).4166](https://doi.org/10.30587/didaktika.v28i2(1).4166).
- Ningsih, A., & Sari, R. N. (2024). Customer value Dan *Customer experience* Terhadap Customer satisfaction. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(3), 2171-2178. DOI: <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.2610>
- Nurbaiti, D., & Nurjanah, S. (2018). Pengaruh Konten Edukasi dan Konten Rekreasi Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3, 233-242. DOI: <http://dx.doi.org/10.36226/jrmb.v3iS1.141>
- Oktaviano, D. (2022). Pengaruh Faktor Psikologis Dan Sosiologis Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil (Studi Pada Konsumen Mobil Avanza di Provinsi Lampung). *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(2), 46-54. DOI: <https://doi.org/10.33365/smart.v1i2.1685>
- Pracipta, K. I. (2021). *Faktor-Faktor Determinasi Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Dasar Swasta Untuk Anak Di Kota Yogyakarta*. *Spektrum Analisis Kebijakan Pendidikan*, 10(3). DOI: <https://doi.org/10.21831/sakp.v10i3.17458>

- Pranawa, I. P. L. A., & Abiyasa, A. P. (2019). *Digital marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58-74. DOI: <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>.
- Purwanti, I. ., Lailyningsih, D. R. N. ., & Suyanto, U. Y. . (2022). *Digital marketing Capability and MSMEs Performance: Understanding the Moderating Role of Environmental Dynamism. Journal of Theoretical and Applied Management (Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan)*, 15(3), 433–448. DOI: <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i3.39238>
- Putra, I. G. N. B. S., Wardana, M. A., & Darsana, I. M. (2023). Pengaruh *Digital Marketing* Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (online)*, 4(1), 630-649. DOI: <https://doi.org/10.36312/jcm.v4i1.1387>
- Qazzafi, S. (2020). Faktor affecting consumer buying behavior: a conceptual study. *International Journal for Scientific Research & Development*, 8(2), 1205-1208. <https://ijsrd.com/Article.php?manuscript=IJSRDV8I20938>
- Raharja, R. M., & Fujiawati, F. S. (2022). Motivasi Dan Minat Mahasiswa Dalam Pengambilan Keputusan Pemilihan Prodi Pendidikan Seni Pertunjukan (Studi Kasus Mahasiswa PSP FKIP Untirta Angkatan 2022). *JPKS (Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni)*, 7(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.30870/jpks.v7i2.17780>
- Rahayu, C. D., & Mulyani, S. (2020). Pengambilan Keputusan Klinis Perawat. *Jurnal ilmiah kesehatan*, 10(1), 1-11. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jik/article/view/1332>
- Ramadhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Ritonga, J. S., & Syahputri, Y. (2022). Pengaruh Service Quality dan Costumer Experience Terhadap Niat Penggunaan Ulang Jasa Transportasi Kereta Api Indonesia (KAI) Stasiun Tanjung Balai. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 410-413. DOI: <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.536>.
- Santoso, A. V. (2020). Analisis pengaruh *Digital marketing* terhadap repeat purchase dengan customer engagement dan *Customer experience* sebagai variabel *intervening* pada layanan pesan-antar makanan GoFood di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2), 12. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/11201>

- Santoso, H. B. (2021). Pengaruh *Digital marketing* Terhadap Customer Loyalty dengan Online Promotion Dan *Customer experience* Sebagai Variabel Intervening Pada Starbucks Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1), 15. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/11990>
- Saputra, E. P. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Diferensiasi Produk terhadap Minat Mengkonsumsi yang Berdampak pada Keputusan Pembelian Konsumen di Kata Kopi Jakarta (Doctoral dissertation, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis). <http://repository.kalbis.ac.id/handle/123456789/352>
- Saputri, Nindi. (2022) Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan dengan Variabel *Intervening* Minat Beli terhadap keputusan pembelian di TK ID. *Tingkatkan Wawasan Hadapi Tantangan: Manajemen Sekolah, Pemasaran, dan Personalia*. Strada Pusat: DKI Jakarta. DOI: <https://doi.org/10.53008/kalbisiana.v10i2.1424>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. Psikoborneo: *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. DOI: <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., ... & Purbasari, R. (2023). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sastra, H., & Mulyadi, M. N. (2019). *Analisis Personal Minat Dan Awareness Konsumen Dalam Membentuk Pengambilan Keputusan Pembelian Secara Online*. *Ikraith-Ekonomika*, 2(3), 57-65. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/652>
- Schmitt, B.H. (1999) Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15, 53-67. <http://dx.doi.org/10.1362/026725799784870496>. DOI: <https://doi.org/10.1362/026725799784870496>
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301-313. DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Shifa, A. A., & Nurjanah, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Ramen Melalui Minat Sebagai Variabel Intervening. *STREAMING*, 1(2), 90-100. <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/streaming/article/view/1436>

- Sofiani, M., & Sagir, J. (2022). *Pengaruh Online Shopping Experience Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Shopee Dengan Customer Trust*. 11(2), 120–134. DOI: <https://doi.org/10.29303/Jmm.V11i2.711>
- Soleha, A. (2022). Teori Dasar-Dasar Pemasaran. *Jurnal PUSDANSI*, 1(12). <http://pusdansi.org/index.php/pusdansi/article/view/198>
- Stankevich, Alina. (2017). Explaining the Consumer Decision-Making Process: Critical Literature Review, *Journal of International Business Research and Marketing*, Inovatus Services Ltd., vol. 2(6), pages 7-14, September. DOI: 10.18775/jibrm.1849-8558.2015.26.3001
- Suminarsih, E. M., & Afandi, S. (2023). Pengembangan Repositori Data Primer Riset Nasional: Studi Kasus Badan Riset dan Inovasi Nasional. *Jurnal IPI (Ikatan Pustakawan Indonesia)*, 8(2), 8-15. DOI: <https://doi.org/10.1234/jurnal%20ipi.v8i2.163>.
- Sundari, E., Armis, A., Jamil, P. C., & Sasi, G. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Guna Meningkatkan Jumlah Siswa TK Alghazali Kids Di Pekanbaru. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 4(2), 152-158. DOI: <https://doi.org/10.37385/ceej.v4i2.2997>.
- Ulfah, U., & Arifudin, O. (2022). Peran Guru Dalam Upaya Pengembangan Bakat Dan Minat Peserta Didik. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 3(1), 9-16. <https://ojs-steialamar.org/index.php/JAA/article/view/95>
- Utami, D. I. (2022). Pengaruh *Customer experience* dan variasi produk terhadap minat beli ulang Bittersweet by Najla Cabang Depok. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 33-42. DOI: <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.143>.
- Wardhana, E. 2019. Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Sonny Vaio. *Jurnal Ekonomi dan Industri* 20 (2). DOI: <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30311>
- Wasiat, F. A. I., & Bertuah, E. (2022). Pengaruh *Digital marketing, Social media Influencer* Terhadap Niat Beli Produk Fashion Pada Generasi Milenial Melalui Customer Online Review di Instagram. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 513-532. DOI: <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.295>
- Wei, I. E. S., Lin, H. S., Pang, L. K., Ching, B. L. J., Zu, C. X., & Kang, N. W. (2023). Pengaruh media sosial terhadap pembentukan akhlak mahasiswa. *Human*

Sustainability Procedia, 3(1), 106-121. DOI:
<https://doi.org/10.30880/hsp.2023.03.01.009>

Werner, P. 2004. Reasoned Action and Planned Behavior, in S.J. Peterson and T.S. Bredow (eds), *Middle range Theories: Application to Nursing Research*, Lippincott Williams and Wilkins, Philadelphia, pp. 125-147.

Wibisono, K. O., & Susanto, H. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Asian Bowl Surabaya. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 7(1), 44-56. DOI: <https://doi.org/10.37715/jp.v7i1.2145>

Wijaya, A., Vincent, W., & Tampubolon, M. (2024). Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Karung Goni Dan Kotak. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 640-646. DOI: <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1027>

Wijoyo, H., Devi, W. S. G. R., Ariyanto, A., & Sunarsi, D. (2021). *The Role of Regular Tax Functions in the Pandemic Period Covid-19 at Pekanbaru*. TIN: Terapan Informatika Nusantara, 1(10), 509-512. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/tin/article/view/704>

Willy, W., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh kemasan produk dan rasa terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian pelanggan minuman energi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 65-74. DOI: <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1820>

Wisatsri, W. (2021). Systematic analysis and future research directions in artificial intelligence for marketing. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(11), 43-55. DOI: [10.17762/turcomat.v12i11.5825](https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i11.5825)