

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim<sub>1</sub>. (2018), *History Samsung*.  
<http://www.samsung.com/id/aboutsamsung/company/history/> (diakses pada tanggal 21 januari 2018).
- Anonim<sub>2</sub>. (2013), Kelebihan dan Kekurangan HP Samsung dibanding HP Lain  
<http://www.newponsel.com/kelebihan-dan-kekurangan-hp-samsung-dibanding-hp-lain/> (diakses pada tanggal 29 januari 2018).
- Anonim<sub>3</sub>. (2016), Cara Membaca Tabel t. <http://www.spssstatistik.com/cara-membaca-tabel-t/> (diakses pada tanggal 26 juli 2018).
- Arikunto. (2010), *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Baihaki, I. (2012), *Sejarah Perkembangan Handphone Pintar Samsung*  
<https://www.beritateknologi.com/sejarah-perkembangan-handphone-pintar-samsung/> (diakses pada tanggal 21 januari 2018).
- Ferdinand, A. (2006), *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2012), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khan, I., Rahman, Z. (2014), *Influence of Experiential Marketing on Customer Purchase Intention: A Study of Passenger Car Market. Journal Management & Labour Studies*, Vol. 39, Issue 3.
- Kusumawati, I. P. (2013), Analisis Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Restoran The House of Raminten Yogyakarta). *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 2, No. 2, Hal 1-9.
- Logahan, J. M. (2015), *Customer Experience Management*  
<https://sbm.binus.ac.id/2015/10/29/customer-experience-management/> (diakses pada tanggal 21 januari 2018).

- Mahendra, A. D., Idris. (2017), Pengaruh Faktor Atribut Produk, Persepsi Nilai dan Pengalaman Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Pada Pengguna Apple Iphone di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 4, Hal 1-9.
- Meyer, C & Schwager, A. (2007), *Understanding Customer Experience*. Harvard Business Review.
- Nugraha, F. (2011), Pasar Smartphone di Indonesia <https://teknojurnal.com/pasar-smartphone-di-indonesia/> (diakses pada tanggal 21 januari 2018).
- Praseto, B. (2011), Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi. PT Rajagrafinfo Persada. Jakarta Utara.
- Prastyaningsih, A. S., Suyadi, I., Yulianto, E. (2014), Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* (Niat Beli Ulang) (Survey ada Konsumen KFC di Lingkungan Warga RW 3, Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 16, No. 1.
- Salam, H. N., Tresnati, R., Oktini, D. R. (2017), Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Survey Pelanggan Ozt Café and Steakhouse Bandung). *Jurnal Manajemen Gelombang 2*. Vol 3, No. 2.
- Sangadji, M., Etta., Sopiah, (2010), Metodologi Penelitian, Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sarwoko, E., Suryaningtiyas, D., Gunawan, E. (2014), Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Mahasiswa Terhadap *Smartphone* Android Samsung Galaxy Series. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen Unikama*, Vol 2, No. 1.
- Schmitt, Bernd H. (2003), *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting With Your Customer*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. (2008), Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. ALFABETA. Bandung.