

- Aritejo. (2021). *Perkembangan teknologi komunikasi dan pergeseran perilaku penggunaan smartphone*. Jakarta: XYZ Publisher.
- Annisa, N., Putri, R. A., & Hidayat, M. (2019). Pengaruh tampilan antarmuka terhadap niat pembelian kembali pada aplikasi digital. *Jurnal Sistem Informasi*, 15(2), 120–131.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). *Buletin APJII 2020*. Jakarta: APJII.
- CNN Indonesia. (2020). Penggunaan game online meningkat 75 persen selama pandemi. *CNN Indonesia*.
- Dahwilani, D. M. (2020). Pengguna game online Indonesia diproyeksi meningkat hingga 2025. *Katadata.co.id*.
- Dalimunthe, R., & Suryani, D. (2024). Customer experience dan user interface sebagai determinan niat pembelian ulang pada platform digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 45–58.
- DOKU. (2023). *Indonesia digital economy and gaming payment report*. Jakarta: DOKU Insight.
- Djohan, M. R., Putra, A., & Lestari, S. (2022). Pengalaman pelanggan sebagai determinan perilaku pembelian konsumen digital. *Jurnal Riset Pemasaran*, 14(3), 201–214.
- Filieri, R., & Lin, Z. (2017). The role of experiential value in repurchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 39, 85–92.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience. *European Management Journal*, 25(5), 395–410.
- Ilyas, G. B., Munir, A. R., & Sobarsyah, M. (2020). Customer experience, satisfaction, trust, and repurchase intention in online shopping. *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(1), 257–273.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.

Maulana, A. (2016). *Pertumbuhan industri game mobile global*. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(2), 33–40.

Ourastore. (2024). *Profil dan layanan platform Ourastore*. Diakses dari <https://www.ourastore.com>

Pei, Y., Guo, J., Wu, T., Zhou, W., & Yeh, S. P. (2020). *Does the effect of customer experience on customer satisfaction vary with situation? Internet*

*Research*, 30(4), 1109–1134.

Pangestika, D. W., Pratama, R., & Sari, M. (2024). *Pengaruh pengalaman pelanggan terhadap niat pembelian ulang pada layanan digital*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 66–78.

Qomarudin, M., & Fadhillah, N. (2025). *Persepsi kemudahan penggunaan dan niat pembelian ulang pada e-commerce digital*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 19(1), 1–12.

Rahman, A. T., Putri, S. A., & Nugroho, Y. (2024). *User interface dan pengaruhnya terhadap repurchase intention pada aplikasi online*. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 7(2), 89–101.

Rizwan, M., Usman, A., & Siddique, M. (2014). *Determinants of customer repurchase intention*. *Journal of Sociological Research*, 5(1), 1–14.

Saputra, A., Nugraha, F., & Wijaya, H. (2023). *Desain antarmuka dan efisiensi transaksi pada platform digital*. *Jurnal Informatika*, 10(3), 211–220.

Umar, H., & Ganggi, R. I. P. (2019). *Antarmuka layanan dan niat beli konsumen online*. *Jurnal Ilmu Informasi*, 8(1), 15–25.

Watulingas, J. R., & Permana, I. (2020). *User interface sebagai kesan pertama pengguna aplikasi digital*. *Jurnal Media Informatika*, 4(2), 55–63.

Youn, D., & Yu, J. (2013). *Visual design and repurchase intention in online environments. International Journal of Human-Computer Interaction*, 29(3), 178–190.

Young, K. S. (2009). *Understanding online gaming addiction and treatment issues. American Journal of Family Therapy*, 37(5), 355–372.

Zaid, S. & Patwayati, P. (2021). *Impact of Pengalaman pelanggan and Customer Engagement on Satisfaction and Loyalty: A Case Study in Indonesia. Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 983–992.