

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen*. AE Publishing.
- Agustina, Julitriarsa, D. (2021). *Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pembelian Produk skin care di E-Commerce Shopee*. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(2), 287–300.
- Ali, Hasan. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Media Pressdindo. Yogyakarta
- Andriansyah, & Dayat I. H. (2024). *Pengaruh E-Customer Satisfaction Dan E-Customer Trust Terhadap Online Repurchase Intention Pada Marketplace Shopee*. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 13(3), 228–235. <https://doi.org/10.20527/jbp.1313i3.42>
- Anggraini, H. J., Sari, D. K., & Nugroho, T. T. (2024). *Dapatkah E-Service Quality, E-Trust Dan E-Customer Satisfaction Berpengaruh Terhadap Repurchase Intention Pada E-Commerce Shopee? Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 337. <https://doi.org/10.35906/equili.v13i2.2006>
- Ardianto, Y., Supriadi Thalib, & Dian Riskarini. (2021). *Analisis Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Dilihat Dari Experiential Marketing dan Servicescape*. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 155–172. <https://doi.org/10.35814/jrb.v4i2.1724>
- Astuti, M. dan Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Atmaja, R. F. B., Rivaldo, R., & Sundari, P. (2021). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention pada E-Commerce bidang Kuliner*. *Jurnal Digipreneur (Bisnis Digital, Ekonomi, Dan Manajemen)*, 01(1), 49–60. <http://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/digipreneur/article/view/1158>
- Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Cung, F. G., Setianingsih, R., & Bunfa, L. (2023). *Pengaruh electronic word of mouth dan kepuasan pelanggan terhadap niat beli ulang pelanggan Shopee*. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 52–67. <https://doi.org/10.46806/jm.v12i2.979>
- Databoks. (2025). *Pengguna Internet di Indonesia Meningkat Awal 2025 Estimasi Jumlah Pengguna Internet di Indonesia dan Proporsinya dari Total*. 3–4.

- Dewa, C. B., Pradiatiningtyas, Diah dan Safitri, L. A. (2022). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Expert.
- Dora, Y. M., dan Dewi, C. S. (2022). *Pengaruh keragaman produk dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang di online shop ig mamameramu*. 19(28), 81–91. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i2.10095>
- Elbadiansyah. (2023). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ellyawati, J., & Piwi, A. P. (2022). *Anteseden Niat Beli Ulang Belanja Online : Uji E-kepuasan Sebagai Mediasi Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. 23(1), 109–129.
- Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 2 No. 72*.
- Indrajaya, S. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Istikhoroh, S. et. al. (2023). *Digital Marketing: Tinjauan Konseptual*. CV Megapress Nusantara.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (7th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Mavilinda, H. F., & Nazaruddin, A. (2022). *Analisis Website Quality, Customer Satisfaction dan Repurchase Intention pada Bisnis E-Commerce di Indonesia. Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 9(1), 130–141. <https://doi.org/10.26905/jbm.v9i1.7455>
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mulyani, S. dan Meria, Lista. (2024). *Online Shopping Habit Dalam Minat Beli Ulang Melalui Marketplace*. 2001, 615–624.
- Nabilah. (2025). *E-Commerce yang Sering Diakses Masyarakat Indonesia pada 2025. Databoks*, 40–41.
- Nurdiansyah, H. dan R. R. S. (2019). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Panjaitan, R. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Nuta Media.

- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). *Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Ramadhani, D., Novita, V., Wiana, D., Berutu, E. P., & Siahaan, D. (2024). *Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap Repurchase Intention E-Commerce Shopee pada Mahasiswa di Kota Medan. Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi (JRIME)*, 2(4), 536–543.
- Resmi, N. N. dan S. G. (2022). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Bintang Semesta Media.
- Samsiyah, Siti *et. al.* (2023). *Perilaku Konsumen*. CV Megapress Nusantara.
- Sarinah dan Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sawlani, D. K. (2021). *Digital Marketing Brand Images*. Scopindo Media Pustaka.
- Shalihah, N. A. P., Annisawati, A. A., & Suarsa, S. H. (2024). *Impact Of Customer Experience And Customer Satisfaction On Repurchase*. 12(2).
- Siregar, M. A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(1), 13–23. <https://doi.org/10.17467/mk.v21i2.884>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Edisi Kedua). Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2023). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Susanti, Desi; Chollisni Atiqi; Anggraini, N. *et. al.* (2021). *Digital Marketing*. Nuta Media.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan*. Andi.

- Triyoko. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Kedai Yoko*. 157.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. CV. Eureka Media Aksara.
- Zahro, S. Z., & Hadi, M. (2023). *Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Value Terhadap Online Repurchase Intention Pada Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Malang*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 1–7. <https://doi.org/10.33795/jab.v9i1.550>