

## DAFTAR PUSTAKA

Aeni, N., & Istikhoroh, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Pengguna Shopee Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya). *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 169–173.

Alvian, M. S., & Prabawani, B. (2020). Pengaruh Sales Promotion dan Keragaman Produk Pada Shopee Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *JIAB: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 1–10.

Andhini, A., & Khuzaini. 2017. Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen pada E-commerce. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. 6(7): 1–23.

Anwar, R. N., & Afifah, A. 2018. Kepercayaan Dan Keamanan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs Online (Studi Kasus Pengunjung Situs Lazada Di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen*, 9(1):46-57.

Aprilisa, S., Samsuryadi, S., & Sukemi, S. (2021). Pengujian Validitas dan Reliabilitas Model UTAUT 2 dan EUCS Pada Sistem Informasi Akademik. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 5(3), 1124. <https://doi.org/10.30865/mib.v5i3.3074>

Apriyani, N., & Suharti. 2017. Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(1), 21-34.

Arianto, N. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Roda Hias Serpong. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1), 153–160

Arif, M. S. Z. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2), 472–481.

Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.

Jakarta: Rineka Cipta.

Ariska, Novi. & Tri Indra Wijaksana. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung) The Influence Of Service Quality And Sales Promosi penjualan To Repurchase Intentions (Study On Consumer Bakso Boedjang. *E-Proceeding Of Management* 4(3):2909–2915.

Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1):101–118.

Basuki, K., & Devi, N. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT. ALLIANZ LIFE INDONESIA DI JAKARTA. *Media Manajemen Jasa*, 3(2).

Basyar, K., & Sanaji. (2016). Pengaruh Presepsi Kemudahan dan Presepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 204–217.

Bayu, D. C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif*, 16(1), 1–6.

Buddy, Tabroni, & Salim, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Travel Umroh dan Haji di Jakarta Timur). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 110–125.

Debora, L. (2018). Pengaruh Kualitas Jasa, Kemudahan Transaksi, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pt Xyz: Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(6).

Dewa, Chriswardana Bayu. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif*. 16(1):1-6.

Dewi, R. Y., Yulianeu, Haryono, A. T., & Gagah, E. 2017. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.Com). *Journal Ilmiah*, 3(3).

Dwipayana, B., & Sulistyawati, E. (2018). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Go-Food di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5197–5229.

Fandiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 21–42.

Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: B.P. Universitas Diponegoro

Fiona, D. R. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37.

Firdaus, M., Rachma, N., & Rizal, M. 2020. Kemudahan, Kepercayaan, Kemanfaatan Dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Shopee Online Shop. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(17):138–155.

Firmansyah, Anang. 2018. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan : Qiara Media.

Furi, R., Hidayati, N., & Asiyah, S. 2020. Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Online Pada Situs Jual Beli Shopee. *E-Journal Riset Manajemen*, 9(2):96–109.

Foster, B. 2017. Pengaruh Pengalaman Belanja Online Produk Fashion terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang Pelanggan Zalora serta Berrybenka. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kontigensi*, 5(1):68–76.

Ghozali, I. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program Amos 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasanah, N., Basamalah, M. R., & Millaningtyas, R. 2021. Pengaruh Kepercayaan Konsumen , Kemudahan Penggunaan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Grab. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 10(1).

Imran, M. I. A. (2018). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang makanan di rumah makan ayam bakar wong solo alauddin kota makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 50–64.

Ishaya, S. R., Wibowo, E. W., & Yoeliastuti, Y. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Transaksi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (Mrt) Jakarta. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(1), 107. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i1.350>

Katopo, F. X. R. (2015). Analisa Pengaruh Individual Factor Terhadap Entrepreneur Motivation Mahasiswa Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra Surabaya. *Agora*, 3(1), 677–685.

Kusuma, K., Utami, C. W., & Padmalia, M. (2018). *Pemediasian Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Kualitas Layanan dan*

Haraga Terhadap Minat Beli Ulang Perusahaan Sinar Karya Pemenang. *Perfoma: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(3).

Kolter, Philip & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Latief, A. 2018. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1):90–99.

Lesmana, A. 2019. Pengaruh Kepercayaan, Perceived Reputation Dan Keamanan. *Jurnal Ekonomak*, V(1):90–101.

Lestari, A. D., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Global Jet Express ( J & T ) Surabaya. *Jurnal IIMU Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2319>

Lestari, S., & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech”. *Human Relations*, 3(1), 1–8.

Luthfiana, N. A., & Sudharto P. Hadi. 2019. Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pembeli Di Marketplace Shopee). *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 8(1):37–42.

Maharama, A. R., & Kholis, N. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2):203.

Marlina, S. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Pada Pengguna Motor Honda Vario Di Kecamatan Muara Bulian). *Jurnal Ilmiah Batanghari Jambi*, 18(1):116–125.

Marsha, D., Hidayati, N., & Saroh, S. (2021). Dampak Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Minat Beli Ulang Makanan Melalui Jasa GOJEK di Kota Malang. *Jurnal Inovasi Manajemen*, 1(1). <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/JIM/article/view/10142>

Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo. *Jurnal*

EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(3).  
<https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20106>

Melliagis, S. T., & Kade, I. A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Konsumen, dan di Pabrik Sahatex The Effect of Consumer Trust , Consumer Loyalty, and Product Quality , On The Interest to Buy Rayon Fabric in Sahatex.

Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Dan Entrepreneur, 2(1), 28–37.

Natalia, J., & Ginting, D. B. (2018). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Penggunaan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu. Media Informatika, 17(3), 148–164. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v17i3.19>

Nawangsari, S., & Iswah, S. N. (2019). Pengaruh Teknologi Informasi, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Fitur Layanan terhadap Kepuasan Nasabah serta Implikasinya pada Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Jenius Bank BTPN. Seminar Nasional APTIKOM (SEMNASTIK), 144–151.

Norhermaya, Y.A., dan Harry Soesanto. 2016. Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Pada Online Store Lazada.Co.Id). Diponegoro Journal Of Management 5(3):1-13.

Nuraini, I.S., & M. Mudiantono, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Situs Traveloka (Studi Pada Konsumen Traveloka Di Kota Semarang) Diponegoro Journal Of Management 6(4):423-433

Nurmalia, V. D., & Wijayanti, L. E. 2018. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Secara Online. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, 13(1):69.

Oktarini, Made Ayu Swari & Wardana, I Made. 2018. Peran Customer Satisfaction Memediasi Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention. E-Jurnal Manajemen 7(4):2041 – 2072

Oktaviasari, S., Arifin, R., & Khoirul, M. (2021). Promosi Penjualan, Store Atmosphere, Dan Brand Image Berpengaruh Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Cafe Ortho Kopi Malang). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 10(12), 1–

12. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)

Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang

Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 84. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.60106.id>

Peburiyanti, D., & Sabran. 2020. Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jemi*, 20(1):29–39.

Polla, Febriano Clinton. Lisbeth Mananeke & Rita N Taroreh. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal Emba*. 6(4):3068-3077.

Prabowo, S. A. 2018. Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean. *Jurnal Ekobis Dewantara* 1(7):115-126.

Pradana, E. (2021). “ Analisis Pengaruh Customer Experience Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Beli Ulang Pada Starbucks Coffee Di Pontianak : Perspektif B2C .” *Jurnal Equator Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 1–21.

Pradana, M. D., & Sanaji. 2018. Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Jasa Uber Motor di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1): 1–10.

Prathama, Frenky Dan Wilma Laura Sahetapy. 2019. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Agora* 7(1):1-6.

Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Priskilia, & Sitinjak, T. 2019. Pengaruh Iklan Promosi Penjualan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Memakai Ulang Layanan Go- Pay Di Wilayah Jakarta. *Jurnal Pemasaran*, 9(1):13–22.

Purnama, R., & Hidayah, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 187. <https://doi.org/10.35448/jte.v14i2.6529>

Puspitasari, I., & Briliana, V. 2018. Pengaruh Perceived Ease-Of-Use, Perceived Usefulness, Kepercayaan Dan Perceived Enjoyment Terhadap

Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Website Zalora Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(2):171–182.

Putrakoranto, A. R., & Soesanto, H. (2021). Analisis Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang di Toko Bangunan Cannngkiran Semarang. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(6).

Putri, I Gusti Agung Ayu Alit Masarianti. Sri Darwini & Muhammad Mujahid Dakwah. 2019. Pengaruh Kepercayaan Dan Easy Of Use Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Shopee Di Kota Mataram. *Jurnal Riset Manajemen* 19(1):20-32.

Putri, A. D., & Astuti, S. R. T. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang) Anindya. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(2):1–10.

Rafidah, I., & Djawoto. 2017. Analisis Keamanan, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2):1–17.

Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sepatu Nike Running Di Semarang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(1):1–12.

Renata, T. R., & Prabawani, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Bermain Ulang Di Trans Studio Mini Setiabudi Semarang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 1–13.

Rispawati, D. 2020. Optimalisasi Marketing Mix Pemasaran Hotel Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Mengunjungi Grand Royal B.I.L Hotel - Praya Barat-Lombok Tengah. *Jurnal Ilmiah Rinjani (Jir)*, 8(2):119–131.

Riza, S., & Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh E-Service Quality , Kualitas Informasi dan Persepsi Kemudahan Terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 1–13

Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. 2018. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(3):699

Roselina, M. A., & Niati, A. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234.

Rukani, S., & Marlana, N. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap kepuasan menggunakan aplikasi edulearning sebagai media pembelajaran online. *Jurnal PTK Dan Pendidikan*, 7(2).

Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2): 425–444.

Sangadji & Sopiah. 2013. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi

Sari, A. F. (2020). *Menggunakan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Magelang )*. Skripsi.

Sari, D. P. (2021). Analisis Pengaruh Tanggapan Kemudahan , Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan E – Money Pada PT . Bank Sumut Kc Syariah Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam [JIMPAI]*, 1(4), 1–15.

Santi, E. R., & Supriyanto, A. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D’licious). *Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1):51–60.

Sari, S. P. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kue Xyz Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(4):103–112.

Setiomuliono, M., & Tanjung, F. (2016). Analisis pengaruh promosi harga terhadap minat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel perantara di De Bolivia Surabaya Town Square. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 4(1).

Setyowati, E. O. T., & Respati, A. D. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Computer Self Efficacy, Dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 13(1), 63. <https://doi.org/10.21460/jrak.2017.131.281>

Solihin, D. 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1):38–51.



Suastini, I. A. K. S., & Mandala, K. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(1), 84. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i01.p04>

Sudaryana, Y. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal of Management Review*, 4(1): 447–455.

Sudirman, A., Efendi, E., & Harini, S. 2020. Kontribusi Harga Dan Kepercayaan Konsumen Untuk Membentuk Kepuasan Pengguna Transportasi Berbasis Aplikasi. *Journal Of Business And Banking*, 9(2):323.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Tjahjaningsih, E. 2013. Pengaruh Citra Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang). *Jurnal Media Ekonomi Dan Manajemen* 28(2):13-27

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa; Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umam, Khoirul. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.

Umara, B., Suryadi, D., Isnaeni, S., Yulianti, G., & Tumini, Y. 2021. Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Nilai Pasca Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Vending Machine Blue Mart. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(01):47–58.

Wahyuningtyas, R. A. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Persepsi Kegunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Layanan Aplikasi Go-Jek Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)*, 4(3):1–10.

Wildan, M., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Harga, Iklan dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA). *Jurnal Riset Manajemen*, 7(15), 103–116. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)

Wingsati, W. E., & Prihandono, D. (2017). Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(2), 1–11.

Yanti Febrini, I., Widowati PA, R., & Anwar, M. 2019. Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1):35– 54.

Yohanda, A. R., Masdupi, E., & Engriani, Y. 2019. The Influence Of Promosi penjualan, Perceived Ease Of Use, And Price Toward Repurchase Intention Transportation Services Go-Jek On Students In Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1).

Yonaldi, S., Defita, F. M., & Zulbahri, L. 2019. Analisis Pengaruh Kepercayaan , Perceived Of Use, Dan Perceived Risk Terhadap Minat Beli Online Shop Menggunakan Instagram Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 10(2):16–23.

Yudha, I. P. G. M. K., & Suprpti, N. W. S. (2018). Pengaruh Atmosfer Toko Dan Daya Tarik Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang (Di Matahari Mall Bali Galeria Kuta). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(7), 1803. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i07.p02>

Yudha, S. A. P., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 8(9), 77–90.

Zullaihah, R., & Setyawati, H. A. (2021). Analisis Pengaruh Iklan, Identitas Merek, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Smartphone Merek Oppo di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 169–184