

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., & Julitriarsa, D. (2022). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang pada Pembelian Produkskincare di E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 287.
- Andira, F. D., Komariah, K., & Norisanti, N. (2020). Analisis Web Service Quality Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Shopee (Survei Pada Pengguna Online Shop Kawaidollshop Di Sukabumi). *Syntax Idea*, 2(7), 216-224.
- Ardianto, K., Fania, P. N., & Lia, N. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk terhadap Minat Beli Ulang Emina pada Official Store Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 1858-1358.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Statistik E-Commerce 2020*.
- Berlianto, Margaretha Pink. 2020. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengalaman dan Kepuasan Pelanggan Perkotaan dalam Pembelian melalui *M-commerce*. *Jurnal Widyakala*. Vol. 7. No. 2.
- Butarbutar, Novita. et al. 2018. Kepuasan Pengguna *Market Place* Shopee yang Ditinjau dari Aspek *Word of Mouth* dan Pengalaman Konsumen. *Jurnal Al Tjajah*. Vol.6.No.3.
- Dailysocial.id (30 November 2022). Perbandingan Pemilihan Platform E-commerce Berdasarkan Gender.
- Dewi, Mey Sinta. Achsa, Andhatu. 2021. Analisis Faktor-Faktor Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi pada *Online Shop* Shopee. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol. 20. No. 1.
- Diyanti, S., Yuliniar, Y., & Suharyati, S. (2021). Customer Experience, Kepuasan Pelanggan dan Repurchase Intention pada E-commerce Shopee. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 677-689.
- Fadhillah, A., Zebua, Y., & Prayoga, Y. (2021). Analysis of Information Quality, Trust and Satisfaction on Customer Participation (Case Study on Customer Online Shop Shopee in Rantauprapat). *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 3039-3051.
- Fauziah. 2020. Strategi Komunikasi Bisnis *Online Shop* “Shopee” dalam meningkatkan Penjualan. *Jurnal Abiwara Vol. 1, No. 2*.
- Febriani, Ni Made Ayu Intan. Ardani, I G A Ketut Sri. (2021). The Influence of Customer Experience, Ease of Use, and trust on Repurchase Intention

(case study of tokopedia consumers in ddenpasar). *Jurnal American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, Vol. 5, Issue. 2.

Foster, Bob. 2017. Pengaruh Pengalaman Belanja Online Produk Fashion terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang Pelanggan Zalora serta Berrybenka. Vol. 5. No. 1.

Ghozali, Imam Kepuasan. 2017. Model Persamaan Struktural dan Aplikasi dengan Program Amos 24 edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2016. Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Akuntansi, Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hakim, L. and Sari, M. R. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pt. Tiki Lubuklinggau Menggunakan Metode Servqual, JUSIM (Jurnal Sistem Informasi Musirawas), 3(2), PP. 56-68.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee> (di akses pada tanggal 24 Agustus 2022)

<https://images.app.goo.gl/dUVvXQj5xFqADNku8>

<https://shopee.co.id/> (di akses pada tanggal 24 Agustus 2022)

Ilhamalimy, R. R., & Ali, H. (2021). Model perceived risk and trust: e-WOM and purchase intention (the role OF trust mediating IN online shopping IN shopee Indonesia). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(2), 204-221.

Indozone.id. (2021, Februari 18). 6 situs E-commerce Belanja Online Populer dan Terpercaya. [6 Situs E-Commerce Belanja Online Populer dan Terpercaya | Indozone.id](https://www.indozone.id)

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Amstron. 2017. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.

Kusuma, P.D., dan Suryani, A. 2017. Peran Costomers Satisfaction Memediasi Pengaruh Marketing Mix Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), hal. 1-27.

Kusumadewi, N., & Saraswati, T. G. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee Dan Tokopedia. *eProceedings of Management*, 7(3).

- Made, N., Febriani, A., & Ardani, I. G. A. K. S. 2021. *Open Access The Influence of Customer Experience , Ease of Use , and Trust on Repurchase Intention (Case Study of Tokopedia Consumers in Denpasar)*. 2, 378–383.
- Mahendra, Alien Dayinta dan Idris. 2017. Pengaruh Faktor Atribut Produk, Persepsi Nilai dan Pengalaman Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Pada Pengguna Apple Iphone Di Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), hal. 1-9.
- Mahendra, Kevin Putra. Indriyani, Ratih. 2018. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. *Jurnal AGORA*. Vol.7.No. 1.
- Mardapi, Djemari. 2012. *Pengukuran, Penilaian, dan Evaluasi Pendidikan*. Yogyakarta. Nuha Medika.
- Norhermaya, Yashinta Asteria. Soesanto, Harry. 2016. Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi pada *Online Store Lazada.co.id*). *Jurnal Diponegoro*. Vol. 5. No.
- Nurlina. (2017). Pengaruh E-Service Quality, Dan Kepercayaan Online. *Lentera Bisnis*, (2), 83-93.
- Praja, Yudha. 2020. Pengaruh Experiential Marketing Fitur dan Trust terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*. Vol. 18. No. 2.
- Prathama, F. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Agora*, 7(1).
- Priansa, Donni Juni, 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Konteporer*, Alfabeta, Bandung.
- Rafiah, Kurnia Khafidhatur. 2019. Analisis Pengaruh Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui *E-commerce* di Indonesia. *Jurnal Al Tjjarah*. Vol. 5. No. 1.
- Rohwiyati, & Praptiestrini. (2019). The Effect of Shopee e-Service Quality and Price Perception on Repurchase Intention: Customer Satisfaction as Mediation Variable. *Indonesian Journal of Contemporary Management Research*, 1(1), 47 54. <https://doi.org/10.33455/ijcmr.v1i1.86>
- 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. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425-444.

Sari, N. K. A. Y., & Rastini, N. M. (2022). PENGARUH E-WOM, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP NIAT BELI KEMBALI: STUDI PADA PELANGGAN SITUS SHOPEE. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(4).

Schmitt, B. 1999. *Experiential marketing, How to get customers to sense, feel, think, atc, and relate to your company and brands*. The Free Press. <https://doi.org/10.1362/026725799784870496>

Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sembiring, S. (2021). Pengaruh Harga, E-Service Quality dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara).

Setiobudi, Auditia. et al. 2021. Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kesiapan untuk Membayar. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*. Vol. 17. No. 3.

Solihin, Dede. 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Online Shop* Mikylaku dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri*. Vol. 4. No.1.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administratif Dilengkapi Dengan Metode R dan D*. Bandung : Alfabeta.

Suprajang, S. E., Nirwanto, N., & Firdiansjah, A. (2019). The Influence of the E-Wom and Service Quality towards Customer Loyalty through Customer Satisfaction on Natural Tourist Destinations in Blitar Regency, East Java, Indonesia. *Journal of Business and Management*, 39-44.

Tilaar, Florida. et al. 2018. Pengaruh Kepercayaan, dan Motivasi terhadap Minat Beli Pengguna *Shopee* secara *Online* pada Anggota Pemuda GMIM Zaitun Mahakeret. *Jurnal EMBA*. Vol.6.No.4.

Tjiptono, F. (2015e). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen*, 7(10), 5343-5378.