

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Adhitama, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia (Studi pada Pengguna Tokopedia). *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 71-79.
- Agustine Ferdinand. 2016. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Undip.
- Ahmadi, dkk. 2013. *Psikologi Belajar*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Ali Hasan. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian. *Indonesian Indovisi Institute*. 1(iii), 83–104.
- Andryanto, R. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online (Studi Empiris Yang Dilakukan Pada Olx. Co. Id Di Yogyakarta). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri, Yogyakarta.
- Angel, V & Pasaribu, L.H. 2022. Effect of Price, Quality, Trust on Repurchase Intentions (Case Study on PT Tokopedia). *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 13(2), 165-179.
- Apryan, S. 2020. Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Review Pelanggan Online, Kualitas Aplikasi Marketplace Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Tokopedia di Kota Pontianak). *Jurnal Manajemen Update*, 11(3).
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. 2013. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Prenhalindo, Jakarta.
- Awi, Yaw Ling & Sirion Chaipoopirutana. 2014. ‘A studi of factor affecting consumer’s repurchase intention toward xyz restaurant, myanmar’. *Journal Humanities and Management*.
- Berliana, P. N., Suharyati, & Handayani, T. 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada JNE Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan). *Business Management, Economic and Accounting National Seminar*, 440 - 456.
- Chiu, W., & Cho, H. 2019. E-commerce brand: The effect of perceived brand leadership on consumers’ satisfaction and repurchase intention on

ecommerce websites. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2018-0403>.

Danang Sunyoto. 2019. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.

Endang, E., & Sugiyanto, S. 2019. Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gudang Komoditi Sistem Resi Gudang Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Manajemen*. 4(3), 1031.

Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction, Edisi 3*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Andi Offset, Yogyakarta.

Fatmawati, Noor. 2020. Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, Vol 29, No.1.

Febriansyah dan Khusnul Khotimah. 2018. Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen & kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. Jakarta; Fakultas Bisnis, Institut teknologi dan bisnis kalbis. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis* , Vol 1, No.1.

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

Fitriasshinta, D. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen King Telur Asin. Vol 15 : 219–234.

Ghassani, M. T. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Science*. Hal 1-8.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Operasi*. BPFE, Yogyakarta.

- Hakiki, Wijayanti dan Sari. 2017. Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli Online, *Justitia Jurnal Hukum Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surabaya*, Vol. 1, No.1.
- Halim, C.B., Dharmayanti, D., dan Brahmana, M.R. 2014. Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention pada merek Toyota. *Jurnal Manajemen Petra*. 2 (1). Pp 1-11.
- Handoko, T. Hani. 2016. *Manajemen*. BPFE, Yogyakarta.
- Haryono, S. & Wardoyo, P. 2013. Structural Equation Modeling (SEM) untuk Penelitian Manajemen. Jakarta : PT Intermedia Personalia Utama Jakarta.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Istiarni, 2014. “*analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai sebagai variabel intervening*” universitas diponegoro. Semarang.
- Jakpar, S., Na, A.G.S., Johari, A., Myint, K.T. 2012. Examining the Product Quality Attributes That Influences Customer Satisfaction Most When the Price Was Discounted: A Case Study in Kuching Sarawak. *Int. J. Bus. Soc. Sci.* 3, 221–236.
- Juniwati., & Sumiyati. 2020. The Role of Satisfaction in Mediating the Effect of e-Service Convenience, Security, and Trust on Repurchase Intention in the Marketplace Case study: Shopee Marketplace. *Journal of management and marketing review*. 5(2), 93 – 98.
- Khoirul Basyar Dan Sanaji. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. Vol. 8, No. 2, 204-217.
- Kinanti, dkk. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Yang Dirasakan Konsumen Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa Gemah Ripah Desa Sudagaran Kecamatan Banyumas Kabupaten Banyumas). *Mid Year National Conference*.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. Pearson Pretice Hall, New Jersey.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks, Jakarta.

- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, Edisi 3*. Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, A. W., Puspitaningtyas, Z. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku, Yogyakarta.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar, Sukabumi.
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P. 2017. *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia, jilid 2*. Mitra Wacana Media, Bogor.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Maharany, A. M., Saidani, B., & Fidhyallah, N. F. 2021. Pengaruh Kepuasan dan Manfaat yang dirasakan Terhadap Minat Beli Ulang pada E-Commerce Marketplace X di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan - JBMK*, 2(2), 401-416.
- Manurung, R. N., & Hadian, A. 2022. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dalam Berbelanja Online Shopee. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2(1), 106-118.
- Mardikawati W., dan Farida N. 2013. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 2(1), hal. 64-75.
- Munawaroh, M., Sulaksono, H., & Hidayah, T. 2021. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Harga, Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Online Travel Agency (OTA) Traveloka. com. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 2(1), 1-15.
- Murwanti, S., & Pratiwi, A. P. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat beli Ulang Jasa Service Motor Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi. *Riset Manajemen & Bisnis*, 207-227.
- Nawang Sari, S., Clara, A. D., & Wibowo, E., P. 2020. The Effect Of Electronic Service Quality, Product, Price, Promotion On Customer Satisfaction (Case Study On Customer Online Stores Lazada.Co.Id Jakarta). *APTIKOM Journal on Computer Science and Information Technologies*. 5(1), pp. 141-148.
- Nisa, A. S. 2018. Analisis Pengaruh Harga Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dalam Berbelanja Online Di Instagram. 1-12.
- Peter, J Paul dan Olson, J.C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.

- Pupuani, N. W., Sulistyawati, E. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen dan Perilaku Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Produk Pasta Gigi Merek Pepsodent di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen*, 2(6), 683-702.
- Prasetia, I. A. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(9).
- Prathama, Frengky dan Sahetapy, W. L. 2019. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Agora*, 7(1).
- Prayogi, B. S., & Nursaidah, N. 2021. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, E-Servqual Pada Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Di Situs Tokopedia. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 153-164).
- Rafidah inas, Djawoto. 2017. Analisis Keamanan Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Lazada, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 2.
- Ramli, Samsul. 2013. *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Visi media, Jakarta.
- Sintya, L. I., Lopian, S. J., & Karuntu, M. M. 2018. Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Go-jek online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Stillman, David & Stillman, Jonah. 2018. *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja Pengaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Suciningrum., F., Usman., O. 2021. The Effect Of Product Quality, Service Quality, And Product Price On Customer Satisfaction In Shopee. *SSRN Electronic Journal*.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet, Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta, Bandung.

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta, Bandung.
- Taufiqurrochman, A., Juliati, R., Irawati, S. 2021. The Impact of E-Service Quality and Price on Customer Satisfaction of Tokopedia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. 1(2).
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana. 2020. *Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. 2020. Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and e-satisfaction. *Marketing Intelligence and Planning*, 38(4), 401–415. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0072>.
- Umbu Saga Ana Kaka Mehemba, Caecilia Wahyu Estining Rahayu. 2019. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)”. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu* 1(2), 428-439.
- Universitas Muria Kudus. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi Prodi Manajemen FEB UMK. Kudus*. Universitas Muria Kudus.
- Windasuri, Heria, Hyacintha Susanti dan Business Growth Team. 2017. *ExcellentService*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.