

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., dan Sudarwanto, T. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 8, No. 3:1006–1012.
- Afriani, Kurniawan, R., dan Idris, M. 2022. Electronic Word Of Mouth, Celebrity Endorsement, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Online Shopee Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Untuk Pengguna Aplikasi Shopee. *Student Online Journal*, Vo. 10, No. 1:1–52.
- Annur, C. M. 2022. *Jumlah Pengguna Internet Global Tembus 5 Miliar Orang pada Oktober 2022*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>. Pada tanggal 8 Oktober 2023
- Ardelia, N. P. D., dan Rahyuda, I. K. 2022. Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 11, No. 10:1295-1310.
- Ardhiansyah, A. N., dan Marlina, N. 2021. Pengaruh Social Media Marketing Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Geoffmax. *Akuntabel*, Vol. 18, No. 3:378–391.
- Azhari, S. P., dan Nurhadi. 2022. Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Repurchase Intention pada Situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 12, No. 2:132–138.
- Baladewa. 2023. *Manfaat & Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Secara Efektif*. Diakses dari <https://www.bhinneka.com>. Pada tanggal 14 Oktober 2023
- Bisnis.com. 2022. *Survei BPS: Hanya 34,1 Persen Pedagang Berjualan di E-Commerce*. Diakses dari <https://ekonomi.bisnis.co>. Pada tanggal 10 Oktober 2023
- Bukalapak. 2023. *Tentang Kami|Bukalapak*. Diakses dari <https://about.bukalapak.com>. Pada tanggal 22 Desember 2023.
- Choirisa, S. F. 2020. Traveloka Website Quality on Customer Satisfaction and Purchase Intention for University in Indonesia. *Asia Pacific Institute of Advanced Research*, Vol. 6, No. 1:12–21.
- Daga, R. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute, Gowa.

- Damayanti, Y. 2020. Kajian Literatur Efektivitas Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, Vol. 2, No. 1:31–45.
- Databoks.katadata. 2022. *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>. Pada tanggal 28 November 2023.
- _____. 2022. *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal II 2022*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>. Pada tanggal 28 November 2023.
- _____. 2022. *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal IV 2022*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>. Pada tanggal 28 November 2023.
- _____. 2023. *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal IV 2022*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>. Pada tanggal 28 November 2023.
- _____. 2023. *Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>. Pada tanggal 11 Oktober 2023.
- Diah, A. R. N., Susanto, dan Maharani, D. B. 2021. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Ust). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, Vol. 4, Issue. April:2684–9283.
- Digdowiseiso, K. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, Jakarta Selatan.
- Dzaki, A. L., dan Zuliestiana, D. A. 2022. Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Situs E-Commerce Jd. Id. *E-Proceedings Of Management*, Vol. 9, No. 2:125–139.
- Endriana, T. D., dan Purwanto, N. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Risiko Penggunaan Aplikasi Reservasi Online Agoda Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Jombang. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, Vol. 8, No. 2:473–478.
- Ernawati, N., dan Noersanti, L. 2020. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, Vol. 3, No. 02:27–37.

- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Finaka, A. W., Nurhanisah, Y., dan Devina, C. 2023. *Orang Indonesia Makin Melek Internet*. Diakses dari <https://indonesiabaik.id>. Pada tanggal 9 Oktober 2023.
- Garmana, I. 2023. *Dulunya Top Marketplace, Apakah Bukalapak Mengalami Penurunan Minat Konsumen? Intip Alasannya*. Diakses dari <https://www.insiden24.com>. Pada tanggal 11 Oktober 2023.
- Ghozali, I. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handiman, U. T. *et al.* 2022. *Komunikasi dan Kepemimpinan Organisasi*. Yayasan Kita Menulis, Tebing Tinggi.
- Haque-Fawzi, M. G. *et al.* 2022. *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books, Tangerang Selatan.
- Hartanto, B., dan Indriyani, L. 2022. *Minat Beli Konsumen di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional, Tebing Tinggi.
- Haryono, S., dan Wardoyo, P. 2012. *Structural Equation Modelling Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. PT. Intermedia Personalia Utama, Bekasi.
- Hasan, A. 2018. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Analisis Perilaku Konsumen*. CAPS (Center For Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Humaidi, H., Utomo, S., dan Lestari, D. 2022. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, Vol. 11, No. 1:22–32.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press, Surabaya.
- Irawan. 2018. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media, Jakarta.
- Irwansyah, R. *et al.* 2021. *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada, Bandung.
- Jogiyanto, H. M. 2015. *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Kasinem, K. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap

- Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 17, No. 4:329–339.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed). Pearson Education Limited, United States Of America.
- Lovitasari, C. 2023. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 4, No. 3:669–676.
- Mardiah, A., dan Anugrah, H. 2020. Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online. *MENARA Ilmu*, Vol. 14, No. 2:1–11.
- Masiaga, N. R., Worang, F. G., dan Mandagie, Y. 2022. Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berbelanja Secara Online Di Lazada.Com. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 10, No. 2:900–910.
- Meida, F., Astuti, M., dan Nastiti, H. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, Vol. 5, No. 2:157–166.
- Meileny, F., dan Wijaksana, T. I. 2020. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2:200–209.
- Merdekawati, A., Perangin-Angin, E. S., dan Masshitah, S. 2021. Pengaruh Kualitas Aplikasi Mobile, Kepercayaan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Era Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Online Shop: Tokopedia, Shopee, Bukalapak). *Jurnal Akrab Juara*, Vol. 6, No. 3:156–173.
- Mumtaz, F., dan Yuliviona, R. 2022. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Bagi Pengguna Layanan Grabfood Pada Aplikasi Grab Di Kota Padang. *Abstract Of Undergraduate Research, Faculty Of Economics, Bung Hatta University*, Vol. 21, No. 2:1–2.
- Natasya, N., dan Yudhira, A. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride Di Gojek Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1:128–145.
- Neliwati. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kajian Teori Dan Praktek)*.

CV. Widya Puspita, Medan.

- Nguyen, L., Nguyen, T. H., dan Tan, T. K. P. 2021. An Empirical Study of Customers' Satisfaction and Repurchase Intention on Online Shopping in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 8, No. 1:971–983. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.971>
- Nicholas, *et al.* 2023. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Teknologi, Kepercayaan Terhadap Perilaku Pengguna Mobile Banking Dengan Mediasi Animo Transaksi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 8, No. 3:724–740.
- Ningsih, E. R. 2021. *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran* (Edisi Revisi). Idea Press, Yogyakarta.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., dan Sari, B. 2021. Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, Vol. 4, No. 1:1–9.
- Paramita, C. D., dan Rosalina, S. S. 2018. Pengaruh Dimensi E-Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Administrasi Jasa Peti Kemas Di Pt. Pelabuhan Tanjung Priok. *Journal for Business and Entrepreneur*, Vol. 2, No. 2:1–9.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., dan Sulistya, R. B. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Widya Gama Press, Lumajang.
- Peter, J. P., dan Olson, J. C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat, Jakarta.
- Playstore. (2023). *BUKALAPAK*. Diakses dari <https://play.google.com>. Pada tanggal 11 Oktober 2023.
- Prasetya, W., dan Yulius, C. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang: Studi Pada Produk Eatlah. *Jurnal Teknologi*, Vol. 11, No. 2:92–100.
- Prathama, F., dan Sahetapy, L. 2019. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Agora, Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 7, No. 1:1–6.
- Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta, Bandung.

- Priyatma, J. E. 2022. The Impact of Perceived Usefulness and Perceived Ease-Of-Use on Repurchase Intention of Online Shopping App User. *International Journal of Social Science And Human Research*, Vol. 05, No. 10:4764–4769.
- Qothrunnada, K. 2022. *Jejak e-Commerce di Indonesia Waktu ke Waktu, Berawal dari Kaskus*. Diakses dari <https://finance.detik.com>. Pada tanggal 11 Oktober 2023.
- Romindo, et al. 2019. *E-commerce: Implementasi, Strategi & Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., dan 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 (JRMSI)*, Vol. 10, No. 2:425–444.
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. 2017. *Perilaku Konsumen*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Sani, A., dan Vivin, M. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data*. UIN Press, Malang.
- Saraswati, I. G. A. A. P., dan Rahyuda, I. K. 2021. Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 10, No. 02:61–72.
- Sitorus, S. A. et al. 2022. *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Penerbit Media Sains Indonesia, Bandung.
- Sugiyanto, dan Maryanto, E. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Esa Unggul Pengguna Iphone. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, Vol. 4, No. 2:10–23.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, W. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sulle, Y. 2022. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Keki). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, Vol. 2, No. 1:101–109.
- Sullivana, Y. W., dan Kim, D. J. 2018. Assessing The Effects Of Consumers' Product Evaluations And Trust On Repurchase Intention In E-Commerce Environments. *International Journal of Information Management*, Vol. 39:199–219.

- Sumarni, Hidayati, T., dan A. G. N. 2021. Pengaruh Trust Costomer dan Perceived Ease of Use serta Buying Decision dan Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen*, Vol. 13, No. 1:132–141.
- SAbrilia, N. D., dan Sudarwanto, T. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layananterhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 8, No. 3:1006–1012.
- Afriani, Kurniawan, R., dan Idris, M. 2022. Electronic Word Of Mouth, Celebrity Endorsement, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Online Shopee Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Untuk Pengguna Aplikasi Shopee. *Student Online Journal*, Vo. 10, No. 1:1–52.
- Annur, C. M. 2022. *Jumlah Pengguna Internet Global Tembus 5 Miliar Orang pada Oktober 2022*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>. Pada tanggal 8 Oktober 2023
- Ardelia, N. P. D., dan Rahyuda, I. K. 2022. Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 11, No. 10:1295-1310.
- Ardhiansyah, A. N., dan Marlana, N. 2021. Pengaruh Social Media Marketing Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Geoffmax. *Akuntabel*, Vol. 18, No. 3:378–391.
- Azhari, S. P., dan Nurhadi. 2022. Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Repurchase Intentionpada Situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 12, No. 2:132–138.
- Baladewa. 2023. *Manfaat & Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Secara Efektif*. Diakses dari <https://www.bhinneka.com>. Pada tanggal 14 Oktober 2023
- Bisnis.com. 2022. *Survei BPS: Hanya 34,1 Persen Pedagang Berjualan di E-Commerce*. Diakses dari <https://ekonomi.bisnis.co>. Pada tanggal 10 Oktober 2023
- Bukalapak. 2023. *Tentang Kami|Bukalapak*. Diakses dari <https://about.bukalapak.com>. Pada tanggal 22 Desember 2023.
- Choirisa, S. F. 2020. Traveloka Website Quality on Customer Satisfaction and Purchase Intention for University in Indonesia. *Asia Pacific Institute of Advanced Research*, Vol. 6, No. 1:12–21.

- Daga, R. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute, Gowa.
- Damayanti, Y. 2020. Kajian Literatur Efektivitas Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, Vol. 2, No. 1:31–45.
- Databoks.katadata. 2022. *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>. Pada tanggal 28 November 2023.
- _____. 2022. *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal II 2022*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>. Pada tanggal 28 November 2023.
- _____. 2022. *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal IV 2022*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>. Pada tanggal 28 November 2023.
- _____. 2023. *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal IV 2022*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>. Pada tanggal 28 November 2023.
- _____. 2023. *Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>. Pada tanggal 11 Oktober 2023.
- Diah, A. R. N., Susanto, dan Maharani, D. B. 2021. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Ust). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, Vol. 4, Issue. April:2684–9283.
- Digdowiseiso, K. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, Jakarta Selatan.
- Dzaki, A. L., dan Zuliestiana, D. A. 2022. Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Situs E-Commerce Jd. Id. *E-Proceedings Of Management*, Vol. 9, No. 2:125–139.
- Endriana, T. D., dan Purwanto, N. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Risiko Penggunaan Aplikasi Reservasi Online Agoda Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Jombang. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, Vol. 8, No. 2:473–478.
- Ernawati, N., dan Noersanti, L. 2020. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi

OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, Vol. 3, No. 02:27–37.

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

_____. 2014. *Metodologi Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Finaka, A. W., Nurhanisah, Y., dan Devina, C. 2023. *Orang Indonesia Makin Melek Internet*. Diakses dari <https://indonesiabaik.id>. Pada tanggal 9 Oktober 2023.

Garmana, I. 2023. *Dulunya Top Marketplace, Apakah Bukalapak Mengalami Penurunan Minat Konsumen? Intip Alasannya*. Diakses dari <https://www.insiden24.com>. Pada tanggal 11 Oktober 2023.

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

Handiman, U. T. et al. 2022. *Komunikasi dan Kepemimpinan Organisasi*. Yayasan Kita Menulis, Tebing Tinggi.

Haque-Fawzi, M. G. et al. 2022. *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books, Tangerang Selatan.

Hartanto, B., dan Indriyani, L. 2022. *Minat Beli Konsumen di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional, Tebing Tinggi.

Haryono, S., dan Wardoyo, P. 2012. *Structural Equation Modelling Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. PT. Intermedia Personalia Utama, Bekasi.

Hasan, A. 2018. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Analisis Perilaku Konsumen*. CAPS (Center For Academic Publishing Service), Yogyakarta.

Humaidi, H., Utomo, S., dan Lestari, D. 2022. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, Vol. 11, No. 1:22–32.

Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press, Surabaya.

- Irawan. 2018. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media, Jakarta.
- Irwansyah, R. et al. 2021. *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada, Bandung.
- Jogiyanto, H. M. 2015. *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Kasinem, K. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 17, No. 4:329–339.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed). Pearson Education Limited, United States Of America.
- Lovitasari, C. 2023. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 4, No. 3:669–676.
- Mardiah, A., dan Anugrah, H. 2020. Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online. *MENARA Ilmu*, Vol. 14, No. 2:1–11.
- Masiaga, N. R., Worang, F. G., dan Mandagie, Y. 2022. Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berbelanja Secara Online Di Lazada.Com. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 10, No. 2:900–910.
- Meida, F., Astuti, M., dan Nastiti, H. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, Vol. 5, No. 2:157–166.
- Meileny, F., dan Wijaksana, T. I. 2020. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2:200–209.
- Merdekawati, A., Perangin-Angin, E. S., dan Masshitah, S. 2021. Pengaruh Kualitas Aplikasi Mobile, Kepercayaan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Era Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Online Shop: Tokopedia, Shopee, Bukalapak). *Jurnal Akrab Juara*, Vol. 6, No. 3:156–173.
- Mumtaz, F., dan Yuliviona, R. 2022. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Bagi Pengguna Layanan Grabfood Pada Aplikasi Grab Di Kota Padang. *Abstract Of Undergraduate Research, Faculty Of*

Economics, Bung Hatta University, Vol. 21, No. 2:1–2.

- Natasya, N., dan Yudhira, A. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride Di Gojek Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1:128–145.
- Neliwati. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kajian Teori Dan Praktek)*. CV. Widya Puspita, Medan.
- Nguyen, L., Nguyen, T. H., dan Tan, T. K. P. 2021. An Empirical Study of Customers' Satisfaction and Repurchase Intention on Online Shopping in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 8, No. 1:971–983. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.971>
- Nicholas, *et al.* 2023. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Teknologi, Kepercayaan Terhadap Perilaku Pengguna Mobile Banking Dengan Mediasi Animo Transaksi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 8, No. 3:724–740.
- Ningsih, E. R. 2021. *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran* (Edisi Revisi). Idea Press, Yogyakarta.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., dan Sari, B. 2021. Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, Vol. 4, No. 1:1–9.
- Paramita, C. D., dan Rosalina, S. S. 2018. Pengaruh Dimensi E-Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Administrasi Jasa Peti Kemas Di Pt. Pelabuhan Tanjung Priok. *Journal for Business and Entrepreneur*, Vol. 2, No. 2:1–9.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., dan Sulistya, R. B. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Widya Gama Press, Lumajang.
- Peter, J. P., dan Olson, J. C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat, Jakarta.
- Playstore. (2023). *BUKALAPAK*. Diakses dari <https://play.google.com>. Pada tanggal 11 Oktober 2023.
- Prasetya, W., dan Yulius, C. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang: Studi Pada Produk Eatlah. *Jurnal Teknologi*, Vol. 11, No. 2:92–100.

- Prathama, F., dan Sahetapy, L. 2019. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Agora, Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 7, No. 1:1–6.
- Priyatma, J. E. 2022. The Impact of Perceived Usefulness and Perceived Ease-Of-Use on Repurchase Intention of Online Shopping App User. *International Journal of Social Science And Human Research*, Vol. 05, No. 10:4764–4769.
- Qothrunnada, K. 2022. *Jejak e-Commerce di Indonesia Waktu ke Waktu, Berawal dari Kaskus*. Diakses dari <https://finance.detik.com>. Pada tanggal 11 Oktober 2023.
- Romindo, et al. 2019. *E-commerce: Implementasi, Strategi & Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., dan 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 (JRMSI)*, Vol. 10, No. 2:425–444.
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. 2017. *Perilaku Konsumen*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Sani, A., dan Vivin, M. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data*. UIN Press, Malang.
- Saraswati, I. G. A. A. P., dan Rahyuda, I. K. 2021. Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 10, No. 02:61–72.
- Sitorus, S. A. et al. 2022. *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Penerbit Media Sains Indonesia, Bandung.
- Sugiyanto, dan Maryanto, E. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Esa Unggul Pengguna Iphone. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, Vol. 4, No. 2:10–23.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, W. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sulle, Y. 2022. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Kepi). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, Vol. 2, No. 1:101–109.

- Sullivan, Y. W., dan Kim, D. J. 2018. Assessing The Effects Of Consumers' Product Evaluations And Trust On Repurchase Intention In E-Commerce Environments. *International Journal of Information Management*, Vol. 39:199–219.
- Sumarni, Hidayati, T., dan A, G. N. 2021. Pengaruh Trust Costomer dan Perceived Ease of Use serta Buying Decision dan Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen*, Vol. 13, No. 1:132–141.
- Suryani, R., dan Ramdhani, F. N. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Toko Terhadap Niat Beli Ulang Di Online Marketplace Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Medikonis*, Vol. 13, No. 1:62–69.
- Tiefani, dan Saputra, A. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Pada PT Anugerah Avava Cemerlang Batam. *Jurnal EMBA*, Vol. 8, No. 1:2095–2105.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan Dan Penelitian Edisi Terbaru*. Andi Offset, Yogyakarta.
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset, Yogyakarta.
- Wahyudiyono. 2019. Implikasi Penggunaan Internet Terhadap Partisipasi Sosial Di Jawa Timur. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, Vol. 8, No. 2:63–68.
- Wang, R., dan Chaipoo Pirutana, S. 2020. Empirical Research On Online Repurchase Intention: An Assessment Of Ease Of Use, Security, Private Concern, Trust, And E-Satisfaction Towards Online Shoppers In China. *Au Virtual International Conference On Entrepreneurship & Sustainability In Digital Era Under The Theme Of Challenges Of Organizational & Business Management In Dynamic Digital Dimension*, Vol. 1, No. 1:395–408.
- Waziana, W. et al. 2022. Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu Pkk Pelaku Bisnis. *Near: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1, No. 2:107–112.
- Widi, S. 2023. *Jumlah Pengguna Internet Di Dunia Mencapai 5,3 Miliar Pada 2022*. Diakses dari <https://dataindonesia.id>. Pada tanggal 8 Oktober 2023.
- Yanti, S. D., Astuti, S., dan Safitri, C. 2023. Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT)*, Vol. 7, No. 1:47–61.

Zuniarti, I. *et al.* 2021. The Effect Of The Presence Of E-Commerce On Consumer Purchasing Decisions. *International Journal Of Data And Network Science*, Vol. 5, No. 3:479–484.

2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

