

DAFTAR PUSTAKA

- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.31599/jmu.v2i2.759>
- Arief. (2020). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bayumedia Publishing.
- Asri, H. R., Setyarini, E., Gisijanto, H. A., & Hartanti, N. D. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1283>
- Budi, P. V. D. S., & Kerti Yasa, N. N. (2023). *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Beli Ulang: Konsep dan Aplikasi Pasa Studi Kasus*. Media Pustaka Indo.
- Candra Dwi Hardiana. (2022). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan pelanggan pada starbucks coffee grand wisatabekas*. 2(2).
- Cherstiawan, A. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Promosi

Dalam Keputusan Pembelian di Tokopedia pada Mahasiswa Universitas Kristen Krida Wacana. *Ilmiah Manajemen Bisnis*, 19(2), 16–18.

Chuan Ch, S., Kim, J., & Taylor, C. R. (2019). *Electronic Word of Mouth as a Promotional Technique* (S. Chuan Ch, J. Kim, & C. R. Taylor (eds.)).

Danang, S. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. PT. Buku Seru.

Fachrurazi, Kuswibowo, C., & Azanda, S. H. (2023). *Perilaku Konsumen*. Cendikia Mulia Mandiri.

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

Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Ginting, Y. M., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 329–340. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.10.001>

Hernikawati, D. (2021). Analisis Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Jumlah Kunjungan pada Situs E-Commerce di Indonesia Menggunakan Uji T

- Berpasangan. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 191.
<https://doi.org/10.31445/jskm.2021.4389>
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth in the Marketing Context. A State of the Art Analysis and Future Directions*. Springer.
- Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(0), 52–59.
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Ramadani, L. D. (2021). Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. *Management and Business Review*, 5(2), 224–238. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5833>
- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent: Teori dan Praktik*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Kotler dan Keller. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5–24.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen: studi terhadap word of mouth, kualitas layanan, dan citra merek* (A. Rozi (ed.)). Bintang Visitama.

Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*.

Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*.

Mahendrayanti, M., & Wardana, M. (2021). the Effect of Price Perception, Product Quality, and Service Quality on Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5, 182–188.
www.ajhssr.com

Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 157–166.

Minarti, I., Niha, S. S., Augustin, M., & Amaral, L. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Kupang Yang Dimediasi Minat Beli. *Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19: Membaca Peluang Dan Tantangan*, September, 406–421.
<https://journal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe/article/view/545>

Mursid, M. C., & Palupiningtyas, A. D. (2022). *Kontrol Perilaku Untuk Membeli Ulang Kosmetik Halal Perspektif Theory Of Planned Behavior*. Mansur Chadi Mursid.

Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.

Ningtias, A. S., & Sugiyanto. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom*

Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. 1(3), 31–41.

Novi, Semmaila, I., Kusyana, D. N. B., & Pratiwi, K. A. (2019). Tata Kelola. Pengaruh kualitas Layanan Dan KuaLitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Widya Manajemen*, 7(2), 21–39. <http://pasca-umi.ac.id/index.php/tata/article/view/174>

Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., & Saloom, G. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.

Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.4651>

Nurlaela Anwar, R., & Ananda Wardani, F. (2021). Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee 1. *Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>

Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*. Tim MNC Publishing.

Permatasari, P. A., & Cempena, I. B. (2024). *Pengaruh Instagram Advertising, Whatsapp, dan E-WOM Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Online @Alivia Flowers Kayoon Surabaya. 3(10), 1–17.*

<https://doi.org/10.9644/sindoro.v3i1.2032>

Prahiawan, W., Fahlevi, M., Juliana, J., Purba, J. T., & Tarigan, S. A. A. (2021).

The role of e-satisfaction, e-word of mouth and e-trust on repurchase intention of online shop. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 593–600. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.008>

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*.

Priansa, D. J. (2020). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV Pustaka Setia.

Priyatna, E. H., & Agisty, F. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Sociolla. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 104. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7588>

Putri, D. F., & Sumaryono, S. (2021). Peran persepsi terhadap electronic service quality dan electronic word-of mouth (e-wom) terhadap intensi pembelian ulang melalui e-commerce. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 9(2), 164–171. <https://doi.org/10.22219/jipt.v9i2.12933>

Putri, F. A. P., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 449–460. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.329>

Qurniawati Rina Sari, N. Y. A. (2019). eWOM pada generasi Z di media. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 20(2), 70–80.

Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2014). *Perilaku Organisasi 2*. Salemba.

- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>
- Sari, A., Ambarwati, D. A. S., & Ramelan, M. R. (2020). The mediation relationship of customer satisfaction between service quality and repurchase intention on e-commerce in Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 13(1), 137–150. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v13i1.6102>
- Saripudin, S., & Faihaputri, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Di E-Commerce Jd.Id). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 1200–1210. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2765>
- Siswanto, Y. T. (2022). *Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Sitanggang, F. A., & Sitanggang, P. A. (2021). *Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Pdf-Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono_Compress.Pdf* (p. 62).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Suhartanto, D., Amalia, F. A., Najib, M., & Arsawan, I. W. E. (2023). *Metode Riset Bisnis: Dasar-dasar Mendesain dan Melakukan Riset di Konteks*

Bisnis.

- Suryadi, S., Yuliani, F., & Fajarini, S. D. (2020). Nomophobia (No Mobile Phone Phobia) Fenomena Ketergantungan Manusia Terhadap Teknologi Komunikasi. *Jurnal Humas & Media ...*, 1(1), 25–33.
<http://jurnal.umb.ac.id/index.php/madia/article/view/1240>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian Edisi Terbaru*. Andi Publisher.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Andi.
- Udin, B., AgusSalim, M., & Khoirul ABS, M. (2020). Pengaruh Nilai Hedonik Dan Nilai Utilitarian Terhadap Minat Beli Ulang Online Shop Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Marketing*, 108–122.
- Watu, M. D. N., Suprpto, H., & Sugandini, D. (2021). Peran Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Kualitas Website Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Ulang Di Tokopedia Oleh Konsumen Online Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta Maria. *Jurnal Seminar Nasional Informatika*, 1(1), 337–351. <http://103.23.20.161/index.php/semnasif/article/view/6082/0>
- Wijayanti, R. M., Saidani, B., & Fidhyallah, N. F. (2021). Pengaruh Harga dan Kepercayaan pada Jasa Pengiriman X terhadap Kepuasan Pelanggan E-

Commercedi Jakarta. *Fisheries Research*, 140(1), 6.
[http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo de Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2019/01/Guia-Metodologica EF.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.fishres.2013.04.005%0Ahttps://doi.org/10.1038/s41598-](http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo%20de%20Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2019/01/Guia-Metodologica%20EF.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.fishres.2013.04.005%0Ahttps://doi.org/10.1038/s41598-)

Wiwik, Susanti, E., & Lubis, Z. (2022). Niat Beli Ulang Generasi Z dan Millenial dalam Menggunakan E-Commerce. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 5(3), 550–566.
<http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/bisman/article/view/2317>

Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55.
<https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4293>

Yusuf, Yashinta, I. N., & Wiyadi, D. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang di E-Commerce Shopee*.

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