

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, & Julitriarsa, Djati. (2021). Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pembelian Produkskincare Di E-Commerce Shopee. *CAKRAWANGSA BISNIS*, 2(2), 275–286.
- Akhmadi, M, & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo . *Jurnal Mitra Manajemen (JMM ONLINE)*, 4(5), 708–720.
- Andari, D. S., & Mathori, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan Yogyakarta Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(2). <https://Doi.Org/10.32477/Jrabi.V3i2.718>
- Angela, Veronica. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Marketplace Tokopedia Di DKI Jakarta. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*.
- Anwar, Resa Nurlaela, & Wardani, Fiska Ananda. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee 1. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379.
- Ardiyansyah, M., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Muslim Sebagai Pemediasi. *Journal Of Business & Applied Management*, 16(1), 079. <https://Doi.Org/10.30813/Jbam.V16i1.4236>
- Aryatiningrum, S, & Insyirah, A. (2020). Pengaruh Pemberian Price Discount Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Online Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(8).
- Ashfaq, M., Yun, J., Waheed, A., Khan, M. S., & Farrukh, M. (2019). Customers' Expectation, Satisfaction, And Repurchase Intention Of Used Products Online: Empirical Evidence From China. *Sage Open*, 9(2), 215824401984621. <https://Doi.Org/10.1177/2158244019846212>
- Ashshiddiqi, M, Priyono, A, & Mustapita, A. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Marketplace Situs Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(2).

- Bili, Y. (2020). Analisis Faktor Trust Dan Price Discount Bagi Pengguna Traveloka Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(10), 777–781. <https://Doi.Org/10.46799/Jst.V1i10.166>
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17, 1–15.
- Da Silva, Brindy R., Mangantar, Maryam, & Tielung, Maria V. J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga Dan User Interface Terhadap Kepuasan Pelanggan Marketplace Lazada Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNSRAT. *Jurnal Emba*, 10, 1653–1662.
- Dhingra, S., Gupta, S., & Bhatt, R. (2020). A Study Of Relationship Among Service Quality Of E-Commerce Websites, Customer Satisfaction, And Purchase Intention. *International Journal Of E-Business Research*, 16(3), 42–59. <https://Doi.Org/10.4018/Ijebr.2020070103>
- Erlangga, Y, & Madiawati, P. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Café Eskalasi Space Di Kota Bandung. *E-Proceeding Of Management*, 10(5), 4091.
- Fadli, M. D, & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Ecommerce Shopee. *E-Proceeding Of Management*, 8, 6120–6136.
- Ghozali, G. (2016). Model Persamaan Struktural: Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 24 Update Bayesian Sem. *Universitas Diponegoro*.
- Ibrahim, Malik, & Thawil, Sitti Marijam. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4, 175–182.
- Juliono, F., Dewi, Y., Ginting, E. S., & Hutasoit, A. H. (2022). The Influence Of Price, Brand Ambassador, Customer Experince And Customer Trust On Shopee User Loyalty By Using Customer Satisfaction As Intervening Variable. *Indonesia Accounting Research Journal*, 10(1), 1–8.
- Kotler, P, & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran . *Erlangga*, 2.
- Kurniawan, B. W., & Saputra, B. M. (2022). Brand Ambassador Dan E-Word Of Mouth Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Marketplace Indonesia. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(3), 1967. <https://Doi.Org/10.37905/Aksara.8.3.1967-1976.2022>

- Kusnawan, A, & Diana, S. (2019). Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2).
- Mahardika, Y., & Jumhur, H. M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Tokopedia. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(2), 401–411. <https://doi.org/10.37606/publik.v10i2.594>
- Malian, M. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Beli Ulang Pada Situs Belanja Online Shopee. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(1), 37–51. <https://doi.org/10.32938/ie.v5i1.4206>
- Nabila, Alivia Nurrohma, Krisdianto, Dadang, & Widayawati, Eny. (2023). Pengaruh Potongan Harga Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Pada Minat Beli Konsumen Tiktok Shop. *Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang*, 14, 10–18.
- Naharul, T. S., & Kadi, D. C. A. (2022). Peran Kepercayaan Sebagai Mediasi Pada Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Website Terhadap Niat Pembelian Tiktok Shop Di Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*.
- Najib, R. G, Dewi, R. S, Suryoko, S, & Bisnis, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Lazada Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* , 11.
- Permatasari, L. D, & Santosa, S. B. (2021). Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(4), 1–6.
- Permatasari, V, & Haziroh, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Scarlett Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Kampus Swasta Di Kota Semarang). *Economics And Digital Business Review*, 5(1), 384–394.
- Phuong, D., Ngoc, N., Trang, D., & Thi, T. (2018). Repurchase Intention: The Effect Of Service Quality, System Quality, Information Quality, And Customer Satisfaction As Mediating Role: A Pls Approach Of M-Commerce Ride Hailing Service In Vietnam. *Marketing And Branding Research*, 5, 78–91.

- Poernomo, Tri Tjahjo. (2021). Stimuli Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Melalui Mediasi Consumer Satisfaction. *Jurnal Manajemen*, 13, 515–525.
- Prawita, Dika, Lukitaningsih, Ambar, & Welsa, Henny. (2020). Analisis Price Discount Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Pembelian Ulang Menggunakan Fintech Melalui Intervening Customers Satisfaction. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakyat*, 4.
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80. <https://Doi.Org/10.30587/Jre.V6i2.5956>
- Ratnaningtyas, E. M., Alega, T. G., & Sujoko, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen E-Commerce Shopee Di Kabupaten Sleman). *Armada : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 9–19. <https://Doi.Org/10.55681/Armada.V2i1.1120>
- Resta, A., Akhmad, K. A., & Gunaningrat, R. (2023). Pengaruh Program Voucher Diskon Dan Program Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Shopee Food. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 759–771. <https://Doi.Org/10.47467/Alkharaj.V6i1.4878>
- Rohmatin, I, & Andjarwati, T. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(01), 104–112.
- Setiawan, A, Qomariah, N, & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen . *JSMBI (Jurnal Sains Dan Manajemen Bisnis Indonesia)*, 9(2), 114–126.
- Siahaan, A. C., Ginting, M., & Br Ginting, L. T. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menantea Di Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 80–91. <https://Doi.Org/10.55601/Jwem.V13i1.958>
- Siregar, A. (2020). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Membeli Secara Online Di Toko Medan Top Galeri . *Jurnal Ilmiah Smart*, 4(2), 98–106.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. *Alfabeta*.

Susilawati, Eka, Pratiwi, Estik Hari, & Kartika, Yulyar. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 2621–3230.

Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. .

Wardani, I., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Fanatisme Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 7(2), 1114. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.V7i2.1357>

Widyastuti, & Nurdiansyah, A. (2020). Pengaruh Price Discounter terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Shopee Food). *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(8).

Wiguna, A., & Dirgantara, I. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Kepercayaan Pelanggan Muslim, Kepuasan Pelanggan, Dan Niat Mengunjungi Website Kembali Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Customer Shopee Di Kota Semarang . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(03), 4582–4588.

Yo, P. W., Kee, D. M. H., Yu, J. W., Hu, M. K., Jong, Y. C., Ahmed, Z., Gwee, S. L., Gawade, O., & Nair, R. K. (2021). The Influencing Factors Of Customer Satisfaction: A Case Study Of Shopee In Malaysia. *Studies Of Applied Economics*, 39(12). <https://doi.org/10.25115/eea.V39i12.6839>

Yufa, I., & Lestari, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi . *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 614–626.

_____. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus