

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Aswaja Pressindo.
- Alfian, A., Yentisna, dan Ezizwita. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Situs E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Dharma Andalas), *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Menara Ilmu*, Vol. 17, No. 2:145-162.
- Amadea, A., dan Herdinata, C. (2022). Pengaruh E-Trust dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Pada E-Commerce Shopee, *Jurnal Bisnis Perspektif*, Vol. 14, No. 2:123-132.
- Antwi, S. (2021). I just like this e-retailer: Understanding online customers repurchase intention from relationship quality perspective, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol 61:1-6.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Azarine, S., dan Yolanda, M. (2022). Effect of E-Service Quality and E-Trust on Customer E-repurchase Intention and Customer E-Satisfaction as Intervening Variable (Case Study: Shopee Users), *Journal of Small and Medium Enterprises*, Vol. 1, No. 1:16-27.
- Azhari, S. P., dan Nurhadi. (2022). Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan terhadap Repurchase Intention pada situs belanja online Shopee, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 12, No. 2:132-138.
- Chen, Y., Lu, F., and Zheng, S. (2020). A Study on the influence of E-Commerce Live Streaming on Customer Repurchase Intentions, *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 12, No. 4:48-62.
- Diansari, S., dan Halimatussakdiah. (2021). Pengaruh Ease of Use dan Trust Terhadap Repurchase Intention yang Dimediasi oleh E-Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Belanja Online Shopee di Aceh, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 6, No. 4:692-706.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., dan Syarief, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 16, No. 2:62-76.
- Fairuz, A. H., dan Jatmiko. (2022). Pengaruh Product Quality, Service Quality Terhadap Intention to Repurchase Melalui Customer Satisfaction Pada E-Commerce Sociolla, *Journal Advancement Center for Finance and Accounting*, Vol. 2, No. 3:100-117.

- Ferdinand, A. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Ginting, A. K., dan Harahap. K. (2022). Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan), *Journal of Social Research*, Vol. 1, No. 8:851-863.
- Ginting, Y. M., et al. (2023). Repurchase Intention of E-Commerce Customers in Indonesia: An Overview of the Effect of E-Service Quality, E-Word of Mouth, Trust, and Customer Satisfaction Mediation, *International Journal of Data and Network Science*, Vol. 7, No. 7:329-340.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harianto, E. F. E., dan Ellyawati, J. (2023). The Influence of Perceived Usefulness, Trust, and Risk on Loyalty in the Tiktok Shop: Test of Consumer Satisfaction as a Mediation Variable, *Journal of Entrepreneurship & Business*, Vol. 4, No. 1:13-23.
- Harita, H. T. S., dan Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Tiktok (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tiktok di Kota Medan), *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, Vol. 1, No. 2:171-184.
- Imanuel, B. H., dan Tanoto, S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Hastaco Tour and Travel, *AGORA*, Vol. 7, No. 1:1-8.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, B., dkk. (2023). *Konsep Dasar E-Business*, Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Kusmita, A. C., Farida, N., dan Saryadi. (2022). Pengaruh e-trust dan e-service quality terhadap repurchase intention melalui e-satisfaction (pada mahasiswa S1 FISIP yang pernah berbelanja di lazada), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 10, No. 3:1307-1318.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 14 Jilid 1*, Jakarta: Penerbit Erlangga.

- _____. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*, Essex: Pearson Education Limited.
- _____. (2020). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, Jakarta: PT. Indeks.
- Ma, Y., Ruangkanjanases, A., dan Chen, S. C. (2020). Investigating the impact of Critical Factors on Continuance Intention Towards Cross-Border Shopping Websites, *Sustainability MDPI Journal*, Vol. 11, No. 21:1-17.
- Maryati., dan Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11, No.1:542-550.
- Meida, F., Astuti, M., dan Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19, *Jurnal IKRAITH-Ekonomika*, Vol. 5, No. 2:157-166.
- Meilatinova, N. (2021). Social commerce: Factors affecting customer repurchase and word-of-mouth intentions, *International Journal of Information Management*, Vol. 57:1-12.
- Mulyana, A. P., dan Djamzuri, M. I. (2022). Teknologi Tokopedia Play Live Shoooping Dalam Perspektif Ekologi Media Konvergensi, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, Vol. 6, No. 3:10566-10571.
- Murhadi, R. W., dan Reski, E. C. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan, Word Of Mouth, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Tiktok Shop (Studi Pada Pelanggan Tiktok Shop), *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, Vol. 16, No. 2:229-240.
- Ningsih, M. W., Handoko, B., dan Putra, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Pada Mahasiswa UnHar Pelanggan Marketplace Online), *Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi dan Kewirausahaan (JAMEK)*, Vol. 02, No. 03:143-160.
- Nurkhasanah, S., dan Mahmud. (2022). Pengaruh Persepsian Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Online yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada ShopeeFood), *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis*, Vol. 1, No. 2:1-16.
- Pakarti, P. et al. (2022). Review of Customer Experience, Perceived Effectiveness of E-Commerce Institutional Mechanisms, and Repurchase Intention From the Perspective of Expectation-Confirmation Theory, *Journal of Applied Management*, Vol. 20, No. 1:12-24.
- Peter, J. P., dan Olson, J. C. (2018). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Edisi 9 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Saat, S., dan Mania, S. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula*, Gowa: Pusaka Almaida.
- Safitri, K., dan Widiati, E. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Rating, dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Konsumen Pada Aplikasi Tokopedia, *Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi (Manajerial)*, Vol. 21, No. 2:153-160.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., dan Aditya, S. (2020). 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.
- Sari, D. A. T., dan Giantari, I. G. A. K. (2020). Role of Customer Satisfaction in Mediating Effect of Product Quality on Repurchase Intention, *International Research Journal of Management, IT, & Social Science*, Vol. 7, No. 1:217-226.
- Sari, R. K., dan Hariyana. N. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja di Situbondo, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 6, No. 2:107-116.
- Saputra, V. R. Y., Udayana, I. B. N., dan Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh *Online Trust* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada *marketplace* Shopee, *Jurnal Ekonomi Pembangunan (JEP)*, Vol. 12, No. 2:2721-6071.
- Silva, B. R. D., Mangantar. M., dan Tielung, M. 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: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol. 10, No. 4:1653-1662.
- Simangunsong, R. M. B., dan Morina. (2021). Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Universitas HKBP Nomensen Medan, *JISPOL: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, Vol. 1, No. 2:131-149.
- Siyoto, S., dan Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*, Sleman: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- _____. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Talitha, W. (2022). Pengaruh Strategi Marketing Communication terhadap Brand Image PT. Tokopedia, *Jurnal Translitera*, Vol. 9, No. 3:24-34.

- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tran, V. D., and Vu, Q. H. (2020). Inspecting the Relationship among E-Service Quality, E-Trust, E-Customer Satisfaction and Behavioral Intentions of Online Shopping Customers, *Global Business & Finance Review*, Vol. 24, No. 3:29-42.
- Utami, C. W. (2016). *Strategi dan Implementasi Ritel*. Jakarta: Salemba Empat
- Wulandari, A., dan Anwar, K. U. S. (2021). Analisis Manajemen Pemasaran Pada Aplikasi Shopee dan Tokopedia, *Transekonomika-Akuntansi Bisnis dan Keuangan*, Vol. 1, No. 3:295-301.
- Wulandari, Z. P., Mulyanti, A., dan Tjahjono, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee), *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 1:1-14.
- Wungkana, F. A., dan Santoso, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Kecantikan Sociolla, *AGORA: Jurnal Mahasiswa Manajemen Bisnis*, Vol. 9, No. 2:1-6.
- Keluhan Pelanggan Tokopedia. www.mediakonsumen.com. Diakses tanggal 26 Oktober 2024.
- Bantuan Google Play. www.support.google.com. Diakses tanggal 26 Oktober 2024.
- Tokopedia Profil Company. www.tokopedia.com. Diakses tanggal 26 Oktober 2024.
- Rata-rata Pengunjung Tokopedia Tahun 2024. www.databoks.katadata.co.id. Diakses tanggal 10 Januari 2025.
- Survei Internet APJII Tahun 2024. www.survei.apjii.or.id. Diakses tanggal 10 Januari 2025.
- Komparasi Brand Index E-commerce. www.Topbrand-award.com. Diakses tanggal 10 Januari 2025.
- Yamit, Z. (2017). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: PT. Ekonisia.
- Yanti, S. D., Astuti, S., dan Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Tiktok Shop, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, Vol. 7, No. 1:48-61.
- Yasih, Y., dan Arafah, W. (2022). Pengaruh Brand Leadership terhadap Trust, Satisfaction, dan Repurchase Intention pada Brand Fashion di Platform E-Commerce, *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Vol. 5, No. 8:2899-2910.
- Yuan, L. S. et al. (2020). The Relationship between Product Quality, E-Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction: Preliminary

Investigation in Perlis, *International Journal of Business and Management*, Vol. 4, No. 5:43-54.

Zullaihah, R., dan Setyawati, H. A. (2021). Analisis Pengaruh Iklan, Identitas Merek, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol. 3, No. 1:169-184.

Pedoman Penyusunan Skripsi. (2021). Kudus, Prodi Manajemen FEB, Universitas Muria Kudus.

