

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. 2022, November 21. *10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal Ii 2022*. Databoks. Diakses Dari [Https://Databoks.Katadata.Co.Id](https://Databoks.Katadata.Co.Id). Pada Tanggal 19 Juni 2024
- _____. 2023, January 31. *5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal Iv 2022*. Databoks. Diakses Dari [Https://Databoks.Katadata.Co.Id](https://Databoks.Katadata.Co.Id). Pada Tanggal 19 Juni 2024
- _____. 2024, January 10. *Tren E-Commerce 2023, Kunjungan Ke Shopee Dan Blibli Meningkat*. Databoks. Diakses Dari [Https://Databoks.Katadata.Co.Id](https://Databoks.Katadata.Co.Id). Pada Tanggal 19 Juni 2024
- Akmala, Z., & Ridlwan, A. R. 2022. Pengaruh Etika Pemasaran Islami Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Fashion Muslim E-Commerce Shopee Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, Vol 5, No. 3:195–213.
- Alfaini, D., Ediyanto, & Praja, Y. 2022. Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Apotek Al Afiah Mangaran Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (Jme) Feb Unars*, Vol. 1, No. 8: 1559–1572.
- Alfian, A., Yentisna, & Ezizwita. 2023. Pengaruh Kepercayaan Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Sistus E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Dharma Andalas) The Effect Of Trust Quality Of Service And Promotion On Interest To Repurchase On Shopee E-Commerce Sites (Case Study Of Dharma Andalas University Feb Students). *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, Vol 17,,No. 2.
- Alif Nurfitriah, Vivian Pushein Margaretha Amey, Roby Setiadi, Andi Yulianto, & Nur Aisyah. 2023. Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, Celebrity Endorser, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pasta Gigi Pepsodent Di Yogya Mall Kabupaten Brebes. *Jurnal Of Management And Social Sciences*, Vol. 1, No. 4:105–124.
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. 2020. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vo.5, No.1.
- Annur, C. M. 2024, February 27. *Ada 185 Juta Pengguna Internet Di Indonesia Pada Januari 2024*. Databoks. Diakses Dari [Https://Databoks.Katadata.Co.Id](https://Databoks.Katadata.Co.Id). Pada Tanggal 19 Juni 2024
- Bharmawan, A. S. 2022. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Scopindo Media Pustaka. Surabaya.

- Cahyarani, V. D., & Basiya, R. 2024. Pengaruh Price Discount Dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Lazada: Studi Mahasiswi Di Universitas Semarang. *Reslaj*, Vol 6, No. 5.
- Chandra, J. 2024. Analisis Pengaruh Digital Marketing, Komunikasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, Vol. 8, No. 3:1174–1181.
- Damayanti, A. I., & Irmawati. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ulasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Produk Marketplace Lazada Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, Vol 11, No. 2:342–357.
- Databoks. 2024, January 10. 5 *E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Adi Ahdiat. Diakses Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id>. Pada Tanggal 19 Juni 2024
- Dewi, C. R. A., Yasa, N. N. K., Giantari, I. G. A. K., Sukawati, T. G. R., Setiawan, P. Y., & Setini, M. 2020. The Effect Of Security, Trust And Ease Of Use Towards Repurchase Intentions Mediated By E-Satisfaction On Online Travel Agent. *Journal Of Advanced Research In Dynamical And Control Systems*, Vol 13, No. 8:340–354.
- Digdowiseiso, K. 2017. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional. Jakarta.
- Dihni, V. A. 2022a, April 12. *Tokopedia, E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Pada 2021*. Databoks. Diakses Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id>. Pada Tanggal 19 Juni 2024
- _____. 2022b, July 19. 10 *E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022*. Databoks. Diakses Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id>. Pada Tanggal 19 Juni 2024
- Ernawati, N., & Noersanti, L. 2020. Jurnal Manajemen Stei Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Stie*, Vol.3, No. 02:27–37.
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. 2022. *Strategi Pemasaran*. Pascal Books. Tangerang Selatan
- Febriani, N. M. A., & Ardani, I. G. A. K. S. 2021. The Influence Of Customer Experience, Ease Of Use, And Trust On Repurchase Intention (Case Study Of Tokopedia Consumers In Denpasar). *American Journal Of Humanities And Social Sciences Research*, Vol. 5:378–383.

- Ferdinand. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Fiona, D. R. 2020. Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Gopay Di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol.9, No. 1:333–341.
- Firdaus, M. F., & Himawati, D. 2022. Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol. 27, No. 2:216–230.
- Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen*. Deepublish. Sleman
- Fransiska, & Aquinia, A. 2023. Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Gojek. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, Vol, 4, No. 1:56–64.
- Ghozali. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hasan, A. 2018. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan: Analisis Perilaku Konsumen*. Caps (Center For Academic Publishing Service). Yogyakarta
- Hasdani, Nasir, M., & Burhanuddin. 2021. Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, Vol. 1, No. 3:187–196.
- Hikmawati, F. 2017. *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers. Depok
- Ibrahim, A., Alang, A. H., Madi, & Baharuddin. 2018. *Metodologi Penelitian*. Gunadarma Ilmu. Makasar.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya
- Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. 2021. *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada.
- Islamiyah, N. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 156–167.
- Jayani, D. H. 2021a, June 11. *Jumlah Pengunjung Tokopedia Kalahkan Shopee Pada Kuartal I-2021*. Databoks. Diakses Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id>. Pada Tanggal 19 Juni 2024

- _____. 2021b, November 18. *Tokopedia Masih Jadi E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi Pada Kuartal Iii 2021*. Databoks. Diakses Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id>. Pada Tanggal 19 Juni 2024
- _____. 2021, September 17. *Bukan Shopee, Tokopedia Juara E-Commerce Terpopuler Kuartal Ii 2021*. Databoks. Diakses Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id>. Pada Tanggal 19 Juni 2024
- Juliana, Djakasaputra, A., Pramono, R., & Hulu, E. 2020. Brand Image, Perceived Quality, Ease Of Use, Trust, Price, Service Quality On Customer Satisfaction And Purchase Intention Of Blibli Website With Digital Technology As Dummy Variable In The Use Of Eviews. *Journal Of Critical Reviews*, Vol. 7, No. 11:3987–40000.
- Junaidi. 2018. *Aplikasi Amos Dan Structural Equation Modeling (Sem)*. Upt Unhas Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2019. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th Ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th Ed.). Prentice Hall. New Jersey.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. 2020. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi*, Vol 12, No. 1:1–13.
- Kurniawati, V., & Azizah, N. 2023. Pengaruh Kualitas Informasi , Kualitas Layanan , Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Variabel Intervening Keamanan. *Seiko : Journal Of Management & Business*, Vol. 6, No. 1:662–669.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. 2016. *E-Commerce : Business, Technology, Society*.
- Lazada. 2024. *Lazada*. Lazada. Diakses Dari <https://www.lazada.com>. Pada Tanggal 13 November 2024
- Maheswari, H., Kiri, R., & Siregar, D. 2021. Penggunaan Technology Acceptance Model Dalam Mengukur Kualitas Layanan Platform E-Commerce Technology Acceptance Model Application For Measuring E-Commerce Platform Service Quality. *Journal Of Intergrated System*, Vol. 4, No. 2:199–214.
- Mardhatillah, H., & Setyawan, N. F. B. 2024. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Produk Agradaya. *Jurnal Ilmiah Psikologi Insani* ,Vol. 9, No. 1.

- Mardiah, A., & Anugrah, H. 2020. Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online The Effect Of Shopping Orientation, Trust, And Purchase Experience On Online Re-Buying Interest. *Menara Ilmu*, Vol. 14, No. 2:1–11.
- Meida, F., Astuti, M., & 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.
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen*, Vol. 13, No. 4: 654–661.
- Mumtaz, F., & 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. *E-Jurnal Bung Hatta*.
- Munawaroh, 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. *Jurnal Manajemen Dan Manajemen Keuangan*, Vol. 2, No. 1: 1–15.
- Munfariqoh, S., & Dea, D. W. A. D. R. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, Vol. 15, No. 1.
- Mustakini, J. H. 2019. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Erlangga. Yogyakarta
- Neliwati. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Widya Puspita. Medan
- Nidhom, A. M. 2019. *Interaksi Manusia & Komputer*. Ahli Media Book.
- Ningrum, D. A. R., Susanto, & Maharani, B. D. 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. 4:2684–9283.
- Ningsih, E. I., Kaukab, E., Aksa, M. G. M., & Akbar, M. A. M. 2024. Apakah Customer Satisfaction Berpengaruh Dalam Repeat Order Konsumen Produk Cv. Yuasafood Berkah Makmur? *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, Vol 4, No. 1:1–24.
- Ningsih, E. R. 2021. *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran (Edisi Revisi)*. Idea Press. Yogyakarta
- Ningsih, H., Sasmita, E., & Sari, B. 2021. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan

- Menggunakan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa. *Jurnal Ikra Ith Ekonomika*.
- Ningtias, A. S., & Sugiyanto. 2023. Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jebi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 3:396–406.
- Nita, N., & Ratnasari, I. 2022. Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Shopee. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, Vol. 7, No.2:867.
- Nurakhmawati, R., Purnamawati, A., & Fahmi, I. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 13, No. 2.
- Nurhamidah, N. S., Ramdan, A. M., & Saori, S. 2023. Analisis Web Design Quality Terhadap Customer Trust Melalui E-Satification Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 8, No. 2.
- Paramita, R. W. D., Rizal, Noviansyah, & Sulistyan. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Widya Gama Pers. Lumajang
- Patricia, A. G., & Fatmasari. 2024. Strategi Menciptakan Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Disaya Laundry. In *Jurnal Entrepreneurship Digital*. Vol. 83, No. 2
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 2014. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (9th Ed.). Salemba Empat. Jakarta.
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. 2021. Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality Dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol. 18, No. 02:12–31.
- Prasetia, I. A. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 11, No. 9:1–15.
- Priansa, D. 2017. *Perencanaan Dan Pengembangan Sdm*. Alfabeta. Bandung
- Priscillia, M., Budiono, H., Wiyanto, H., & Widjaya, H. 2021. *The Effects Of Website Design Quality And Service Quality On Repurchase Intention Among Shopee Customers In Jakarta, With Customer Trust As A Mediating Variable*.
- Purba, M., Samsir, & Arifin, K. 2020. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manejemen Bisnis*, Vol. 12, No. 1:151–170.

- Ramadhani, M. D., & Sukawati, T. G. R. 2021. The Role Of Customer Satisfaction Mediates The Effect Of Service Quality And Quality Of The Shopee.Co.Id Website On Repurchase Intention. *American Journal Of Humanities And Social Sciences Research*, Vol. 5, No. 2:570–579.
- Razak, M. 2016. *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press. Makasar.
- Safitri, A. N. 2021. Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-Bisma)*. 1–9.
- Santika, E. 2024, April 29. *Ecdb: Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Tertinggi Sedunia Pada 2024*. Databoks. Diakses Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id>. Pada Tanggal 19 Juni 2024.
- Santona, E., Sudaryanto, & Farid Afandi, M. 2021. Marketplace's Perceived Ease Of Use, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 15, No. 3: 200–207.
- Sari, A., Dahlan, Tuhumury, R. A. N., & Prayitno, Y. 2023. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Cv. Angkasa Pelangi. Jayapura
- Saroji, A., Harmini, T., & Taqiyuddin, M. 2021. Internet Evolution: A Historical View (Sejarah Evolusi Generasi Internet). *Jurnal Lani*, Vol. 2, No. 2: 65–75.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. 2021. *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi, Ed.). Samudra Biru. Bantul
- Sirait, L., Sinaga, D. A., & Rangkuti, A. E. 2022. *Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee*. 83–93.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabet. Bandung.
- Suryani, R., & Nur Ramdhani, F. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Toko Terhadap Niat Beli Ulang Di Online Marketplace Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Media Komunikasi Dan Bisnis*, Vol. 13, No. 1:62–69.
- Tiptono, F. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, F. 2014. *Strategi Pemasaran*. Andi. Yogyakarta
- Wahyuningsih, D., & Nirawati, L. 2022. Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jurkami)*, Vol. 7, No. 3:435–445.

- Wang, R., & Chaipoopirutana, 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*. Vol. 30: 395–408.
- We Are Social, & Meltwater. 2024. *Digital 2024 Global Overview Report*. We Are Social.
- Wiguna, A. M., & Dirgantara, I. M. B. 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*, Vol 9, No. 3:4582
- Yoshio, A. 2022, August 21. *Masyarakat Pakai Internet Untuk Media Sosial Dan Pesan Singkat*. Databoks. Diakses Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id>. Pada Tanggal 19 Juni 2024.
- Yunita, N., Komarudin, M., & Brawijaya, A. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan Website Bank Syariah Terhadap Perolehan Informasi Nasabah (Studi Bni Syariah Kota Bogor). *Jurnal Banque Syar'i*, Vol. 6, No.1:1–29.
- Yusuf, A., Dewi, N. A., Ula, N. S., & Lutfi, A. 2021. Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Ovo. *Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 1:54–63.
- Zusrony, E. 2021. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik. Semarang.
2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muria Kudus.