# DAFTAR PUSTAKA

Afsari, A., Kalsum, U. E., & Surbakti, B. S. (2023). Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Pengalaman Pembelian terhadap Keputusan Pembelian Secara Online E-commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar. *Jurnal bonanza*, *3*(1), 11–19.

Agustina, & Julitriarsa, D. (2021). Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pembelian Produkskincare Di E-Commerce Shopee. *Cakrawala Bisnis*, *2*(2), 275–286.

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

Florendiana, T. R., Andriani, D., & Hariasih, M. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction Digital Marketing dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, *9*(1), 124. https://doi.org/10.35906/jurman.v9i1.1491

Hafidz, G., & Nabilah, P. (2024). Pengaruh Kenyamanan, Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat beli Ulang Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10*(7), 528–542.

Halim, A., & Keni, K. (2023). Pengaruh trust, perceived ease of use, dan perceived usefulness terhadap repurchase intention dengan menggunakan e-commerce. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 7, Nomor 3, hal. 650–662). https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i3.23877

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1 Ed.). Unitomo Press.

Insyra, D. B., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh Customer Experience , Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Reservasi. *SEIKO :*

Made, N., Febriani, A., Ketut, I. G. A., & Ardani, 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*, *5*, 378–383.

Mardiah, A., & Anugrah, H. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online. *MENARA ilmu*, *14*(2), 1–11. https://www.jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/2245/1825

Muazam, A. R. (2020). *Transaksi e-commerce didominasi generasi Z dan milenial*. https://www.alinea.id/gaya-hidup/transaksi-e-commerce-didominasi-generasi-z-dan-milenial-b1ZRL9woj

Mulyadi, & Winarso, W. (2020). *Pengantar Manajemen*. CV. Pena Persada.

Nursaidah, Siwiyanti, L., & Hendrayani, E. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.

Patma, T. subali, Maskan, M., & Mulyadi, K. (2019). *Pengantar Manajemen* (Nomor Juli).

Prathama, F., & Sahetapy, L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-commerce Lazada. *Agora, Jurnal Manajemen Bisnis*, *7*(1).

Priansa, J. D. (2021). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (2 Ed.). Cv Alfabeta.

Putri Ayu Wijayanthi, N. P., & Widya Goca, I. G. P. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Repurchase Intention Di Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, *8*(1), 102–117. https://doi.org/10.47329/jurnal\_mbe.v8i1.844

Putri, K. K., Nainggolan, D. I. M., & Rasubala, R. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Kepuasan Konsumen Online Shopee ( Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Victory Sorong ). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *1*(6), 563–570.

Rachmawaty, & Sari, indah D. (2022). *Manajemen Pemasaran*. PT. Sada Kurnia Pustaka.

Richadinata, P. R. K., & Widnyani, M. N. (2024). *Manajamen Pemasaran: Konsep Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*. PT Media Pustaka Indo.

Riswandi. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, *13*(April), 15–38.

Safitri, N. A. (2023). *Manajemen Pemasaran* (R. Kurniawan (ed.)). K- Media.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.)). CV ALFABETA.

Suprapto, R., & Azizi, W. Z. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.

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*, *9*(3), 4582.

Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercyaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal EMT KITA*, *7*(1), 47–61.