

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, E., & Rizka Putri, L. A. (2020). Konsumsi makronutrien pada ibu hamil kekurangan energi kronik (KEK) di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Kesehatan Manarang*, 6(2). <https://doi.org/10.33490/jkm.v6i2.337>
- Ahdiyat, A. (2023). *Pengunjung Shopee makin banyak, bagaimana E-Commerce lain?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>
- Alyah, R. S., & Saputro, A. H. (2026). Pengaruh Pengalaman Pembelian, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Scarlett Whitening di e-Commerce Shopee di Kota Bandung. *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(1), 1465–1480. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.2828>
- Aningtyas, Eria Suci, and Supriyono Supriyono. 2022. “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Zoya Di Outlet Kediri.” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 22(3):1592–97
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi*, 1(2), 131–136.
- Ardianto, Khowin, Fania Putri Nuriska, and Lia Nirawati. 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.
- Arya Dwi Putri, Kadek Ayu Anggi, and Ni Made Rastini. 2022. “Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Teh Gelas Di Kota Denpasar).” *E-Jurnal Manajemen; Vol 11 No 10 (2022)DO - 10.24843/EJMUNUD.2022.V11.I10.P02* .
- Ayunita, D., & Musikita, W. (2021). Pengaruh electronic word of mouth (E-WOM) terhadap sikap dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(2), 134–145.
- Bago, A. R., Tjiptono, F., & Sumarwan, U. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 24(1), 45–57.
- Birawa, Mahindra Surya, and Mirzam Arqy Ahmadi. 2024. “Pengaruh Keterlibatan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Mediasi Pada E-Commerce.” *Culture Education and Technology Research (Cetera)* 1(4):46–60.
- Chaniago, H. (2020). Transformasi digital dan peluang usaha di era ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 18(1), 12–23.
- Chaniago, H., & Sayuti, M. (2019). Peran teknologi digital dalam pengembangan usaha dan pemenuhan kebutuhan masyarakat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*,

16(2), 45–56.

Daga, R. (2019). *Manajemen pemasaran*. CV Sah Media.

Duryadi. 2021. *BUKU AJAR METODE PENELITIAN ILMIAH - Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

Dya, Viani Subastian. 2023. “Pengaruh Customer Experience Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Dikromoshop Sukarame Bandar Lampung).”

Efawati, Y., Ahman, E., & Chaniago, H. (2021). The effect of entrepreneurial leadership on firm innovation through innovative work behavior. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 188–194.

Familiar, Kuku, and Ida Maftukhah. 2015. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.” *Management Analysis Journal* 4(4).

Faozi, Riko Adam. 2019. “Pengaruh Brand Ambassador, Healthy Lifestyle Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Ortuseight (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Futsal Ortuseight Di Kebumen).” *Universitas Putra Bangsa Kebumen*.

Faridatun, Azzahroh. 2025. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kalangan Siswa Kelas XI AKL SMK Ma'arif 1 Kalirejo.”

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunistiyo, Dien Noviany R., and Deddy Prihadi. 2024. *METODOLOGI PENELITIAN MODERN : Panduan SmartPLS Yang Praktis Untuk Peneliti (Dilengkapi Dengan Studi Kasus)*. Tegal: Universitas Pancasakti Tegal.

Haikal, M., Sari, D. P., & Nugroho, A. (2018). Pengaruh electronic word of mouth (E-WOM) terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 78–88.

Haque, M. M., Rahman, M. S., & Momen, M. A. (2020). Negative electronic word of mouth and its impact on consumer purchase decision—*Journal of Retailing and Consumer Services*.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.

Irawan, Risky Deni, and R. A. Nurlinda. 2023. “Pengaruh E-Service Quality , Online Customer Review Dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Ulang.” *JURNAL*

MANAJEMEN DAN BISNIS EKONOMI 1(4).

- Kotler, P., & K. L. Keller. (2016). *Marketing Management, 15th ed.* Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2008). *Manajemen pemasaran jasa (Edisi 2)*. Salemba Empat.
- Mahyani, T. (2013). Theory of Planned Behavior sebagai alat prediksi perilaku individu. *Jurnal Psikologi*, 10(2), 85–96.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Nurhanifah, Lisa, Luqman Hakim Handoko, and Fahmi Syahbudin. 2024. “Pengaruh Halal Awareness, Islamic Branding, Perceived Quality Dan Harga Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Wardah.” *MABIS Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 4(1):1–16.
- Putri, Ananda Resta Abadi, Khabib Alia Akhmad, and Rayhan Gunaningrat. 2024. “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):759–71. doi:10.47467/alkharaj.v6i1.4878.
- Rahman, R. (2019). Ulasan pelanggan dan keputusan beli. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Rahmawaty. (2022). Repurchase Intention for Halal Cosmetics Among Muslim Consumers: The Roles of Islamic Branding, Halal Awareness, and Trust. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Raysharie, dkk. (2024). Analisis Efek Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan E-Commerce. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(1), 158–171. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i1.502>
- Razak, Ismail. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 7(2).
- Resti, Indriana Maha. 2021. “Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Varian Produk, Dan Kualitas Produk.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 18(2):170–81.
- Sari. (2021). *Daya Beli Harga dan Kualitas*. (<https://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jie/Article/View/16700/7250>).
- Sari, D. (2018). Kualitas produk dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Setiabudhi, Hatta, Suwono, Yudi Agus Setiawan, and Syahrul Karim. 2025. *Analisis Data Kuantitatif Dengan Smart PLS 4*. Balikpapan: Borneo Novelty Publishing.
- Shahid, Shadma, Mohammad Ashraf Parray, George Thomas, Rahela Farooqi, and

- Jamid Ul Islam. 2022. "Determinants of Muslim Consumers' Halal Cosmetics Repurchase Intention: An Emerging Market's Perspective." *Journal of Islamic Marketing* 14(3):826–50. doi:10.1108/JIMA-08-2021-0265.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R &D*. Bandung: Bandung, Alfabeta.
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2022). Understanding consumer behavior toward e-commerce in the post-pandemic era. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68.
- Suarsa, S. H. (2020). *Electronic word of mouth (E-WOM) dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen*. CV Nilacakra.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R &D*. Bandung: Bandung, Alfabeta.
- Tanjung, Aulia Adisti Husnaini, Else Else, M. Shultan Satria, and Suhail Elvari. 2022. "The Effect of Product Quality and Service Quality On Consumer Satisfaction and Repurchase Interest (Study At Starbucks)." *Indonesian Marketing Journal* 100–119.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2022). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 23(1), 1–38.
- Wati, L. (2020). Pelayanan pengiriman dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Watu, Maria Dwisakti Nettilin, Haddy Suprpto, and Dyah Sugandini. 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." Pp. 337–51 in *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*. Vol. 1.
- Zulkarnain. (2021). Pengaruh pelayanan pengiriman terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 65–76.

UINSSC