



DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Y., Supriadi Thalib, & Dian Riskarini. (2021). Analisis Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Dilihat Dari Experiential Marketing dan Servicescape. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 155–172. <https://doi.org/10.35814/jrb.v4i2.1724>
- Azizah, L. N. (2021). *Pendiri Shopee dan Kisah Perjalanan Karirnya*. Gramedia. <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/>
- Buttle, F. A. (1998). Word of mouth: Understanding and managing referral marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 6(3), 241–254. <https://doi.org/10.1080/096525498346658>
- Christie, C. N., & Mahestu N., K. (2015). Analisis Pengaruh Electronic Word-of-Mouth Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Merek Smartphone Samsung Dan Iphone. *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 1–15.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. H. (2014). *Business Research Methods*. McGraw-Hill/Irwin.
- Dihni, V. A. (2022). *10 E-commerce dengan pengunjung terbanyak kuartal I 2022*. Databoks.Katadata.
- Eneizan, B., Alsaad, A., Alkhalwaldeh, A., Rawash, H. N., & Enaizan, O. (2020). E-WOM, trust, usefulness, ease of use, and online shopping via websites: The moderating role of online shopping experience. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 98(13), 2554–2565.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. CV. Budi Utama.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. CV. Budi Utama.
- Ghozali, H. I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS*



25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Hanifati, U. M., & Samiono, B. E. (2018). Analisis Pengaruh Website Quality Dan EWOM Terhadap Purchase Decision Melalui Online Trust Pada Situs Tiket Travel Dan Reservasi Hotel Online Di Indonesia (Studi Kasus Pada Traveloka.com, Tiket.com dan Pegipegi.com). *Jurnal TRANSformasi*, 2(1).
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Intan, N. (2020). *Kominfo: E-Commerce Tumbuh di Atas 91 Persen Saat Pandemi*. Republika.

Ishmael, & Dei, R. (2018). Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurants on University of Cape Coast Campus. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(1), 27–36.
<http://doi.org/10.5281/zenodo.1247542>

Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020 Meningkat Pesat. (2020). Sirclo.
<https://www.sirclo.id/blog/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat/>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Logo Shopee. [Image]. Diakses pada tanggal 16 Januari 2023, dari <https://shopee.co.id/>

Maharani, Z. (2021). *Pengaruh Ewom Dan Kualitas Website Terhadap Niat Beli Ulang Pada E-Commerce Shopee*.

Marina S., Setiawati, A., & Salehati, N. A. (2020). E-Service Quality dan Repurchase Intention pada Travel Agent Online di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 6(2), 127. <https://doi.org/10.54324/j.mbtl.v6i2.524>



- Pasaribu, A. (2022). *Riset Ipsos ungkap keunggulan produk & layanan pengiriman Tokopedia*. Antaranews. <https://www.antaranews.com/berita/2826941/riset-ipsos-ungkap-keunggulan-produk-layanan-pengiriman-tokopedia>
- Playstore. 2022. Komentar Pengguna Shopee di Play Store, diakses 1 November 2022 <https://www.play.google.com>
- Playstore. 2022. Jumlah Unduhan Aplikasi Shopee di Google Play, diakses 16 Januari 2023 <https://www.play.google.com>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. CV. Pustaka Setia.
- Ratri, S. F. C., & Hidayat, A. (2021). Antecedents of Customer Satisfaction on Purchase Intention. *Ulang. Telaah Bisnis*, 21(1), 31. <https://doi.org/10.35917/tb.v21i1.187>
- Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Sahin, A., Zehir, C., & Kitapçı, H. (2012). The effects of brand experience and service quality on repurchase intention: The role of brand relationship quality. *African Journal of Business Management*, 6(45), 11190–11201. <https://doi.org/10.5897/ajbm11.2164>
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE BUKALAPAK.COM. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(1), 96–106. <https://doi.org/10.46799/jst.v1i5.60>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Sihombing, I. K., & Dewi, I. S. (2019). *Pemasaran dan Manajemen Pasar: Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen*. CV. Budi Utama.
- Tan, H., & Brahmana, R. K. M. R. (2019). Pengaruh perceived value terhadap repurchase intention melalui customer satisfaction sebagai variabel intervening pada shopee.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Agora, 7(1), 1–7. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8183/0>

Thamrin, A., & Francis, T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.

Utomo, S. B. (2022). *Penjualan Barang Impor di “E-Commerce” Harus Dibatasi*. Koran-Jakarta. <https://koran-jakarta.com/penjualan-barang-impor-di-e-commerce-harus-dibatasi/>

Zethaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (McGraw-Hil).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.