



## DAFTAR KEPUSTAKAAN

### Website :

<https://dataindonesia.id/digital/detail/tetap-belanja-online-meski-pandemi-mereda-ini-alasannya>.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>

### Buku/Journal :

Adzhani, N. K., Hartoyo & Simanjuntak, M. (2018). *Analysis of Satisfaction and Loyalty With Customer Experience Approach*. International Journal of Research and Review, March Vol. 8.

Agustina, A., & Julitriarsa, D. (2022). *Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang pada Pembelian Produkskincare di E-Commerce Shopee*. Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 2(2), 287.

Darwin M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, Diana., Adnyana, M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., Gebang, A.A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Media Sains Indonesia.

Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen*, Deepublish.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2 Edisi 9*. Universitas Diponegoro.

Utomo, R. A. *Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Brand Engagement Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Produk Outdoor Gear Eiger Di Kota Malang)*. (2020). Jurnal Ilmiag Mahasiswa FEB. Universitas Brawijaya.

Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2021). *Principles of Marketing Eighteen Edition*. United States: Pearson Education Limited.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. United States: Pearson Education Limited.

Malinda, F., Parlyna, R., Saidani, B. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Membeli Ulang dengan Kegunaan yang Dirasakan Sebagai Variabel Intervening pada E-commerce X*. Universitas Negeri Jakarta.

- Nguyen, N., & Pervan, S. (2020). *Retailer Corporate Social Responsibility and Consumer Citizenship Behavior: The Mediating Roles of Perceived Consumer Effectiveness and Consumer Trust*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102082.
- Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Ulang secara Onlune melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka.com)*. *E-Jurnal Manajemen Unud* 7(10), 2302-8912.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta Bandung.
- Putri, M. N. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). *Peran brand image memediasi pengaruh kualitas produk terhadap niat beli ulang*. Udayana University.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Sari, H. C. P., Suzana, A. J., Achadi, A., Masita, T. E., & Arinastuti, A. (2023). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Purwokerto*. *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 2.
- Schindler, P. S. (2021). *Business Research Methods* (14th ed., Vol. 21, Issue 1). McGraw Hill.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Soesanto. (2016). *Cara Hemat Bulanan Hingga 30%*. Elex Media Komputindo.
- Subagio, D. P. W., & Hadiwidjojo, D. (2018). *Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Repurchase Intention dengan Perceived Usefulness Dan Trust Sebagai Variabel Mediasi dalam Menggunakan Jasa Gojek (Studi pada Konsumen Gojek di Kota Malang)*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 35–44.
- Suprapti, S., Muliatie, E. Y., Sarie, F. R., Jannah, N. (2022). *Pengaruh Sensory Experience, Emtotional Experience dan Social Experience Terhadap Customer Satisfaction pada Layanan Pengemudi Ojol Perempuan di Prigen*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(4) , 2622-2205.



Wibowo, T. (2018). *Pengaruh consumer Trust dan Expectation Terhadap Online Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Situs Jual Beli Online Bukalapak di Kota Yogyakarta*. Fakultas Ekonomis UST.

Wicaksono, A. D., & Nugraha, H. S. (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Sneaker Merek Converse (Studi Kasus Pada Pengguna Sepatu Sneaker Merek Converse Di Kota Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(2), 12–18.

Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). *Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee*. *Cakrawala Repositori IMWI*, 3(1), 11–21.

