

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Araj, R., Haddad, H., Shehadeh, M., Hasan, E., & Nawaiseh, M. Y. (2022). The Effect Of Artificial Intelligence On Service Quality And Customer Satisfaction In Jordanian Banking Sector. *WSEAS Transactions On Business And Economics*, 19, 1929–1947. <https://doi.org/10.37394/23207.2022.19.173>
- Anastasia, A. D. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pada Pengguna Shopee Paylater (Studi Kasus Di Pt Papasari). *Bina Ekonomi*, 4(5), 6–30.
- Ardiansyah, A. N. (2023). Pengaruh Website Quality, E-Service Quality, Kualitas Produk Terhadap Repurchase Intention Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Produk Fashion Lazada Di Kota Bandar Lampung). In *Universtas Islam Negeri Lampung* (Vol. 4, Issue 1).
- Arifah, N. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Repurchase Intention Pada Toko Akuniwashop Klaten Di Marketplace Shopee. In *Institut Agama Islam Negeri Surakarta*.
- Ayu, J., & Praneta, T. (2023). Pengaruh Harga Sewa Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apartemen PT Gunawangsa Merr. *CEMERLANG :Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(4), 18–27.
- Carla M. R. Da, Moenardy, K. K. M., & Ximenes, L. X. (2023). The Effect Of Product Quality, Price, And Promotion On Satisfaction Customers. *Journal Of Digitainability, Realism & Mastery (DREAM)*, 2(12), 352–389. <https://doi.org/10.56982/Dream.V2i12.184>
- Chandra, S., Rizan, M., & Shandy Aditya. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 625–635. <https://doi.org/10.21009/Jbmk.0303.02>
- Creswell, J. (2014). *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed)*. Pustaka Pelajar.
- Damayanti, A. R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan Mobile Banking BRIS Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Febi IAIN Ponorogo. *INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO*.
- Dewantara, G. B. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Dan Customer Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Customer Grabfood Di Kabupaten Semarang. 1–93. [http://repository.unissula.ac.id/28381/1/Manajemen\\_30401900420\\_Fullpdf.Pdf](http://repository.unissula.ac.id/28381/1/Manajemen_30401900420_Fullpdf.Pdf)
- Dian, R., & Rusfian, E. Z. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction (Studi Pada Online Shop Gasoo Galore). *Jurnal Administrasi Niaga*, 1(2), 8–16.
- Ghozali, & Latan. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0*. Badan Penerbit - Undip.
- Girsang, R. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee. *Doctoral Dissertation, Universitas Medan Area*.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGGIO>

- Hariansyah, F. A., Wardani, N. H., & Herlambang, A. D. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Pengguna Layanan BRI Mobile Bank Rakyat Indonesia Di Kantor Cabang Cirebon. *Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(5), 9. [Http://J-Ptiik.Ub.Ac.Id](http://J-Ptiik.Ub.Ac.Id)
- Iradianty, A., & Aditya, B. R. (2021, March). Student awareness of digital payment services (case study in Indonesia). In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1823, No. 1, p. 012036). IOP Publishing.
- Julindri, M., Rahman, S., Rezfajri, M., & Setyawan, O. (2023). The Effect Of Digital Marketing, Lifestyle And Brand Trust On Buying Interest To Apple Products In Pekanbaru City. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 3(1), 31–44. [Http://Www.Ejournal.PelitaIndonesia.Ac.Id/Ojs32/Index.Php/Lucrum/Index](http://Www.Ejournal.PelitaIndonesia.Ac.Id/Ojs32/Index.Php/Lucrum/Index)
- Kasmadi. (2014). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Afabeta.
- Kehista, A. P., Fauzi, A., Tamara, A., Putri, I., Fauziah, N. A., Klarissa, S., & Damayanti, V. B. (2023). Analisis Keamanan Data Pribadi Pada Pengguna E-Commerce: Ancaman, Risiko, Strategi Kemanan (Literature Review). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 625–632. [Https://Dinastirev.Org/JIMT/Article/View/1541](https://Dinastirev.Org/JIMT/Article/View/1541)
- Keller, P., & Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga, 106.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kurniawan, I. C., & Remiasa, M. (2022). Analisa E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Online Di Zalora Indonesia. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(2), 75–83. [Https://Doi.Org/10.9744/Jmp.7.2.75-83](https://Doi.Org/10.9744/Jmp.7.2.75-83)
- Kusherawati, A. P., Isaskar, R., & Dewi, H. E. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 47(1), 100950. [Https://Doi.Org/10.1016/J.Tranpol.2019.01.002%0Ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Cstp.2023.100950%0Ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Geoforum.2021.04.007%0Ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Trd.2021.102816%0Ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Tra.2020.03.015%0Ahttps://Doi.Org/10.1016/J](https://Doi.Org/10.1016/J.Tranpol.2019.01.002%0Ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Cstp.2023.100950%0Ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Geoforum.2021.04.007%0Ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Trd.2021.102816%0Ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Tra.2020.03.015%0Ahttps://Doi.Org/10.1016/J)
- Lara. (2022). Utilization Of Digital Marketing Channels For Brand Awareness By Small And Medium Scale Enterprise Operators. 2005–2003 ,8.5.2017 ,הארץ, [Https://Doi.Org/10.13140/RG.2.2.30290.94405](https://Doi.Org/10.13140/RG.2.2.30290.94405)
- Mufidatul Himmah, & Sania. (2023). Application Of Sharia Economic Principles Of Qardh Agreements To E-Commerce: Study Of Shopee Paylater Transactions. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 425–436. [Https://Doi.Org/10.25299/Syarikat.2023.Vol6\(2\).14873](https://Doi.Org/10.25299/Syarikat.2023.Vol6(2).14873)
- Norhermaya, Y. A., & Soesanto, H. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Pada Online Store Lazada.Co.Id). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 1–13.
- Pramesti, B. A., Saryadi, & Budiatmo, A. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Bukalapak Di Jakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 789–797. [Https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Jiab](https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Jiab)
- Prayudi, A. (2022). *SEM Pls: Alat Analisis*.
- Precia, A. D., Alversia, Y., & Nastiti, C. A. D. (2022). The Effect Of Overall E-Service Quality On Repurchase Intention, Word Of Mouth And Site Revisit Of Local Fashion Brand

- Customers. *Contemporary Research On Management And Business*, 2006, 28–31. <https://doi.org/10.1201/9781003295952-8>
- Purnamasari, I., & Suryandari, R. T. (2023). Effect Of E-Service Quality On E-Repurchase Intention In Indonesia Online Shopping: E-Satisfaction And E-Trust As Mediation Variables. *European Journal Of Business And Management Research*, 8(1), 155–161. <https://doi.org/10.24018/Ejbmr.2023.8.1.1766>
- Putri, F. A. P., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 449–460. <https://doi.org/10.36407/Jmsab.V4i2.329>
- Ratna Siwi, P., & Studi Manajemen, P. (2023). Dampak Social Media Marketing Terhadap Niat Beli Dan Loyalitas Pelanggan Scarlett Whitening Official. *Jurnal Simki Economic*, 6, 213–222. <https://jipid.org/index.php/JSE>
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). Digital Marketing : Konsep Dan Strategi. In *Insania* (Issue September).
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The Impact Of E-Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Behavior In Online Shopping. *Heliyon*, 5(10), E02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.E02690>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperiment. CV. Budi Utama.
- Rizal Nur Qudus, M., & Sri Amelia, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Pada Minat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Bang Dava. *International Journal Administration Business And Organization*, 3(2), 20–31. <https://doi.org/10.61242/Ijabo.22.207>
- Sari Mulia, P. (2023). Pengaruh E-Satisfaction, E-Service Quality, Dan E-Security Terhadap Online Repurchase Intention Melalui E-Loyalty Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Marketplace Tokopedia Di Kota Bandar Lampung). 1–148.
- Sari, P. K., Alamsyah, A., & Wibowo, S. (2018, March). Measuring e-Commerce service quality from online customer review using sentiment analysis. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 971, p. 012053). IOP Publishing.
- Shabrina, V. G. (2019). Pengaruh Revolusi Digital Terhadap Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.25008/Jpi.V1i2.16>
- Subarto, S., & Kurniawaty, E. (2021). Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Di Kopi Kenangan Cabang Rs. Mayapada Lebak Bulus Jakarta Selatan. *Kreatif: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 9(2), 94. <https://doi.org/10.32493/Jk.V9i2.Y2021.P94-100>
- Sugiharto, S., & Wijaya, L. V. (2020). Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Aplikasi Shopee Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Perantara ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya Yang Sudah Pernah Menggunakan Shopee ). *Management Analysis Journal*, 1, 43. <http://publication.petra.ac.id/index.php/Manajemen-Pemasaran/Article/Viewfile/11212/9935>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv Alfa Beta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D / Sugiyono*. Alfabeta, 2017.

- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif (Cet-1)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Edisi Kedu)*. Alfabeta Bandung.
- Sukwika, T. (2023). Implementasi Software Partial Least Square (PLS) (Issue July). Tim Mafy.
- Wiatna, R. A., & Sanaji. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi E-Grocery. *Nomicpedia: Journal Of Economics And Business Innovation*, 2(2), 142–158. <https://journal.inspirasi.or.id/index.php/nomicpedia>
- Wigati, S. (2019). Penggunaan Media Game Kahoot Untuk Meningkatkan Hasil Dan Minat Belajar Matematika. *AKSIOMA: Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika*, 8(3), 457–464. <https://doi.org/10.24127/ajpm.v8i3.2445>
- Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. (2019). The Effect Of Website Design Quality And Service Quality On Repurchase Intention In The E-Commerce Industry: A Cross-Continental Analysis. *Gadjah Mada International Journal Of Business*, 21(2), 187–222. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.33665>
- Wiryana, N. Y., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Bisnis E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(5), 217. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i5.9231>
- WONG, K. K.-K. (2019). Mastering Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) With Smartpls In 38 Hours. In *Universe (Vol. 01)*.
- Wuisan, D. S. ., Candra, D., Tanaya, M. A., Natalia, V., & Bernarto, I. (2020). Pengaruh Website Design Quality Dan E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Sociolla E-Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Computatio : Journal Of Computer Science And Information Systems*, 4(1), 55. <https://doi.org/10.24912/computatio.v4i1.7748>
- Wulandari, K. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik (Studi Pada Pengguna E-Commerce Sociolla). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Wungkana, F. A., & Santoso, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Kecantikan Sociolla. *Jurnal Agora*, 9(2), 1–5. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/11578>
- Yones, P. C. P., & Muthaiyah, S. (2023). eWOM via the TikTok application and its influence on the purchase intention of somethinc products. *Asia Pacific Management Review*, 28(2), 174-184.
- Yunus, M., Fauzi, A., & Rini, E. S. (2022). The Effect Of E-Service Quality And Customer Satisfaction On Repurchase Intention Through Online Consumer Review As Intervening Variables In The Marketplace Shopee. *Journal Research Of Social Science, Economics, And Management*, 1(6), 669–679. <https://doi.org/10.59141/jrsem.v1i6.75>
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/jmpis>
- Zakiyah, A. (2024). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Re-Use Intention Melalui E-Satisfaction: Survei pada Pengguna Aplikasi Sociolla di Indonesia. <http://repository.upi.edu/id/eprint/116493>

