

DAFTAR PUSTAKA

- Alvian, M. S., & Prabawani, B. (2020). *PENGARUH SALES PROMOTION DAN KERAGAMAN PRODUK PADA SHOPEE TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. 1*, 1–14.
- 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>.
- Chan. (2019). *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, dan Pengalaman Pembelian Online Sebelumnya Terhadap Minat Pembelian Ulang Online Pelanggan Di Tokopedia Jurnal Ilmiah Mahasiswa UNISSULA*, 2.
- Darmono, R. & Y. (2020). *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Customer di Kota Padang Yang Melakukan Transaksi Pada Lazada Indonesia. Jurnal Matua* 2(4), 235-258.
- Febrilla & Ponirin. (2022). *Pengaruh Kepercayaan dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Shopee Palu. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 8(1), 56–062.
- Ghozali, I. (2016). *aplikasi analisis multivariate IBM SPSS 23*. badan penerbit universitas diponegoro.
- Hair, Jr., Joseph F., et.al. (2011). *Multivariate Data Analysis. Fifth Edition*. New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- Hanaysha, J. R. (2018). *An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. PSU Research Review*, 2(1), 7–23. <https://doi.org/10.1108/PRR-08-2017-0034>
- Hendarsono, G. dan S. S. (2013). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo. Vol.1 No.2*, 1–8.
- Humairoh, H., Febriani, N., & Annas, M. (2023). *Determinasi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi Tiktok. Dynamic Management Journal*, 7(1), 71. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7440>
- Kaabachi, S., Ben Mrad, S., & Fiedler, A. (2020). *The moderating effect of e-bank structure on French consumers' trust. International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 501–528. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2019-0119>
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management, 15th Edition* New Pearson Prentice Hall, Inc
- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (2019). *Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37–42. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.23767>
- Malau, H. (2018). *Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, Bandung Alfabeta. *Manajemen Pemasaran*.

- Prakoso, W., & Dwiyanto, .M. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen Rown Division Di Kota Solo. Diponegoro Journal of Management* 10(4). 1–14.
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer, Alfabeta, Bandung.*
- Riko Pratama, Susi Hendriani, R. L. G. (2019). 1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau 2) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau. *Job Feb, 6*, 1–15.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164>
- Shopee, K. E., Kota, D. I., Manajemen, M., Ekonomi, F., Riau, U., Manajemen, D., Ekonomi, F., & Riau, U. (2022). 1), 2), 2) 1). 9, 1–13.
- Sugiyono, P. D. (2019). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Edisi kedua. Cetakan Pertama. Alfabeta. Bandung.*
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan (I) CV. Andi Offset.*
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2020). Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and e-satisfaction. *Marketing Intelligence and Planning*, 38(4), 401–415. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0072>