

DAFTAR PUSTAKA

- Alwendi, A. (2020). Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317.
- Arif, M. E. (2019). THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM), BRAND IMAGE, AND PRICE ON RE-PURCHASE INTENTION OF AIRLINE CUSTOMERS. *Journal of Applied Management*, 17(2), 345–356.
- Berlianto, M. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan-E, Kepuasan-E, Dan Kepercayaan-E Terhadap Kesetiaan-E Pada Gojek. *Business Management Journal*, 13(1), 1–28.
- Bernarto, I., Wilson, N., & Suryawan, I. N. (2019a). Pengaruh Website Design Quality, Service Quality, Trust dan Satisfaction terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus: Tokopedia.Com). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(1), 80. <https://doi.org/10.25124/jmi.v19i1.1987>
- Bernarto, I., Wilson, N., & Suryawan, I. N. (2019b). Pengaruh Website Design Quality , Service Quality , Trust dan Satisfaction Jurnal Manajemen Indonesia Pengaruh Website Design Quality , Service Quality , Trust dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus : tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(May), 80–90.
- Bulut, Z. A. (2015). Determinants of Repurchase Intention in Online Shopping: a Turkish Consumer's Perspective. *International Journal of Business and Social Science*, 6(10), 55–63.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep Dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan

Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.

Hendy Carol Chrisnathanie, Hartini, S., & Sari Puji Rahayu. (2021). Analisis Gamification Shopee.com Sebagai Media Pemasaran Terhadap EWOM, Positive Emotion, & Repurchase Intention (Pada Aplikasi Shopee.com). *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(1), 256–264.

I Gusti Agung Ayu ALit Masarianti Putri, Darwini, S., & Muhammad Mujahid Dakwah. (2019). PENGARUH TRUST DAN EASY OF USE TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA MATARAM. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1).

Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (7 (ed.))*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jundrio, H., & Keni, K. (2020). Pengaruh Website Quality, Website Reputation dan Perceived Risk Terhadap Purchase Intention Pada Perusahaan E-Commerce. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 229. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.7802>

Lesmanawati, D., & Farida, N. (2019). PENGARUH WEBSITE, EWOM, E-TRUST TERHADAP E-REPURCHASE PEMESANAN HOTEL MELALUI PEGIPEGI DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XVIII(3), 34–56.

Lestari, N. S., & Farida, N. (2016). PENGARUH E-WEBSITE QUALITY DAN

E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-REPURCHASE INTENTION
MELALUI E-WORD OF MOUTH (E-WOM) SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 133–140.

Lily Suhaily, & Yasintha Soelasih. (2017). What Effects Repurchase Intention of
Online Shopping. *International Business Research*, 10(12), 113.

<https://doi.org/10.5539/ibr.v10n12p113>

Malau, & Yesni. (2014). Pemanfaatan E-Tailing untuk Meningkatkan Penjualan.
Jurnal Paradigma, XVI(2), 21–31.

Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai
Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.

Oktari, S. (2018). *Kepercayaan, E-Service Quality, Kualitas Website, Keputusan
Pembelian*.

Permadi, F., & Suryadi, N. (2019). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF
MOUTH TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH
KEPERCAYAAN (STUDI PADA PENGUNJUNG SITUS
TOKOPEDIA.COM). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 1–18.

Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Modus*, 27(1),
174.

Prasetio, A., Ashoer, M., Hutahean, J., Simarmata, J., Samosir, R. S., Nugraha, H.,
Jamaludin, Harmayani, Putra, S. H., Irdawati, Ardiana, D. P. Y., Purba, B., &
Manullang, S. O. (2021). *Konsep Dasar E- Commerce*. Yayasan Kita
Menulis.

Priambodo, D. A., & Farida, N. (2018). Pengaruh E-Website Quality dan E-

Service Quality terhadap E-Repurchase Intention melalui E-Trust (Studi pada Konsumen Produk Fashion Lazada Mahasiswa Universitas Diponegoro).

Jurnal Administrasi Bisnis, IX(Iii), 335–345.

Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 73–80. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i1.1849>

Putri, E. A., & Pradhanawati, A. (n.d.). PENGARUH E-WOM TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI E-TRUST SEBAGAI MEDIASI PADA KONSUMEN TIKET KERETA DI KAI ACCESS (Studi Pelanggan Kereta Argo Sindoro Jurusan Semarang-Jakarta pada KAI Access Kota Semarang) Pendahuluan Rumusan Masalah Tujuan Penelit. *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(I), 664–671.

Rachbini, W., Anggraeni, D., & Wulanjani, H. (2021). The Influence of Electronic Service Quality and Electronic Word of Mouth (eWOM) toward Repurchase Intention (Study on E-Commerce in Indonesia). *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(1), 42–58. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2021-3701-03>

Raharso, S. (2020). Pengaruh Kualitas Aset Digital (Website) terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Hubungan. *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia*, 41(1), 57–82.

Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2017). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisa Jalur)* (B. Alma (ed.); 7th ed.). Alfabeta.

Rifki, M. (2021). *Pengaruh E-Service Quality dan E-WOM terhadap Customer*

Trust dan Dampaknya terhadap Repurchase Intention pada Pengguna

Oyorooms. repository.uinjkt.ac.id

Saekoko, A. N., Nyoko, A. E. L., & Fanggidae, R. P. C. (2020). Analisis Faktor-

Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian

Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone

Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana). *Journal of Management : Small and*

Medium Enterprises (SMEs), 11(1), 49–64.

Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas

Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam

Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset*

Manajemen Sains Indonesia, 10(2), 425–444.

Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-TRUST

SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Pengguna Situs BukaLapak

di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9, 251–260.

Solihin, & Azwar, W. (2019). Sharia Customer Behavior: Perilaku Konsumen

Dalam Belanja Online. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 4(1), 101.

Sudiyono, F. (2017). PENGARUH WEBSITE QUALITY TERHADAP

PERCEIVED TRUST DAN DAMPAKNYA PADA REPURCHASE

INTENTION PADA WEBSITE MATAHARI MALL. *Manajemen Bisnis*

Dan Kewirausahaan, 01(1), 38–46.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, T., Fauzi, A. A., & Nurhadi, M. (2020). the Determinant of Website

- Quality and E- Service Quality At Sme in Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(2), 131–141. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.2.131-141>
- Tanisah, T., & Maftukhah, I. (2015). the Effects of Service Quality, Customer Satisfaction, Trust, and Perceived Value Towards Customer Loyalty. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 6(1), 55–61. <https://doi.org/10.15294/jdm.v6i1.4296>
- Tarigan, P. B. (2013). Metoda Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Tatang, M., & Mudiantono. (2017). THE IMPACT OF WEBSITE DESIGN QUALITY , SERVICE QUALITY , AND ENJOYMENT ON REPURCHASE INTENTION THROUGH SATISFACTION AND TRUST AT ZALORA. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–11.
- Tehuayo, E. (2018). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Perilaku Pembelian Produk Yamaha Mio Di Kota Ambon. *Jurnal SOSOQ Volume 6 Nomor 2, Agustus 2018*, 6(2), 25–34.
- Wilson, N. (2019). the Impact of Perceived Usefulness and Perceived Ease-of-Use Toward Repurchase Intention in the Indonesian E-Commerce Industry. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(3), 241. <https://doi.org/10.25124/jmi.v19i3.2412>
- Wilson, N., & Keni. (2018). Pengaruh Website Design Quality Dan Kualitas Jasa Terhadap Repurchase Intention : Variabel Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 291. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i2.3006>
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. PT Elex Media Komputindo.

<https://www.ranepa.ru/images/News/2017-10/20-10-2017-levashenko-pres.pdf>

Wuisan, D. S. 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),

55–67.