

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L., & Farida, S. (2024). ***Pengaruh Customers Knowledge, Customers Experience, Dan Customers Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Produk Scarlett Whitening***. *Journal Of Management & Business* 6(1), 922-930. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4225/2735>
- Azarine, S., & Yolanda, M. (2022). ***Effect of E-Service Quality and E-Trust on Customer E-Repurchase Intention and Customer E-Satisfaction as Intervening Variable (Case Study: Shopee Users)***. *Journal of Small and Medium Enterprises*, 1(1), 16-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/jkmb.xxx xxxxx>
- Anser, M. K., Tabash, M. I., Nassani, A. A., Aldakhil, A. M., & Yousaf, Z. (2021). ***Toward the e-loyalty of digital library users: investigating the role of e-service quality and e-trust in digital economy***. *Library Hi Tech*. <https://doi.org/10.1108/LHT-07-2020-0165>
- Affandi, A., Sarwani, Sobarna, A., Erlangga, H., Siagian, A. O., Purwanto, A., Effendy, A. A., Sunarsi, D., Wicaksono, W., Suyatin, Ariyanti, E., Wahyitno, Manik, C. D., Juhaeri, & Gunartin. (2020). ***Optimization of MSMEs empowerment in facing competition in the global market during the COVID-19 pandemic time***. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(11), 1506-1515. <https://doi.org/10.31838/srp.2020.11.213>.
- Al-Adwan, A. S., & Al-Horani, M. A. (2019). ***Boosting customer e-loyalty: An extended scale of online service quality***. *Information (Switzerland)*, 10(12), 1-27. <https://doi.org/10.3390/info10120380>
- Bürgin, David & Wilken, Robert. (2022). ***Increasing Consumers' Purchase Intentions Toward Fair-Trade Products Through Partitioned Pricing***. *Journal of Business Ethics*. 10.1007/s10551-021-04938-6.
- Chandra, F., & Chandra, S. (2023). ***PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK DAN KEPERCAYAAN ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN ELEKTRONIK DAN LOYALITAS ELEKTRONIK PELANGGAN PADA SITUS PERDAGANGAN ELEKTRONIK TRAVELOKA DI PEKANBARU***. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 275-291. doi:10.35145/procuratio.v11i3.4102
- Hafisudin, G. N., & Nuswantoro, U. D. (2024). ***kualitas layanan; Repurchase Intention (Y1); shopee***. 2(10), 302-313.
- Ilfitriah, A. M., & Aryani, N. U. (2024). ***PENERAPAN KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN SECARA ELEKTRONIK MENDORONG NIAT PEMBELIAN KEMBALI PADA TOKOPEDIA***. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 14(2), 239-246.

- Juwaini, A., Chidir, G., Novitasari, D., Iskandar, J., Hutagalung, D., Pramono, T., Maulana, A., Safitri, K., Fahlevi, M., Sulistyo, A. B., & Purwanto, A. (2022). ***The role of customer e-trust, customer e-service quality and customer esatisfaction on customer e-loyalty.*** International Journal of Data and Network Science, 6(2), 477–486. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.006>.
- Kitjaroenchai, M., & Chaipoo Piratana, S. (2022). ***Mixed Method: Antecedents of Online Repurchase Intention of Generation Y Towards Apparel Products on E-Commerce in Thailand.*** ABAC Journal, 42(1), 73–95.
- Lee, C.-H., Chen, C.-W., Chen, W.-K., & Lin, K.-H. (2021). ***Analyzing the effect of social support and customer engagement on stickiness and repurchase intention in social commerce: A trust transfer perspective.*** Journal of Electronic Commerce Research, 22(4), 363–381.
- Melawati, Afik & Welsa, Henny & Maharani, Bernadetta. (2023). ***Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Aplikasi Belanja Online Shopee:.*** Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal. 5. 3015-3033. [10.47467/reslaj.v5i6.2716](https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i6.2716).
- Muchlis, & Wijayanto, Gatot & Komita, Sri. (2021). ***Pengaruh E-Satisfaction dan E-Trust terhadap Repurchase Intention Melalui E-Word of Mouth (E-Wom) sebagai Variabel Intervening E-Commerce Buka Lapak pada Generasi Millenial.*** Jurnal Ekonomi Kiat. 32. [10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7404](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7404).
- Olii, M. R., Pratiknjo, M. H., & Matheosz, J. N. (2020). ***Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado.*** HOLISTIK, Jurnal of Social Culture, 13(4), 1–18.
- Omoregie, O. K., Addae, J. A., Coffie, S., Ampong, G. O. A., & Ofori, K. S. (2019). ***Factors influencing consumer loyalty: evidence from the Ghanaian retail banking industry.*** International Journal of Bank Marketing, 37(3), 798–820. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2018-0099>
- Prasetyo, A. N., & Yusran, H. L. (2022). ***Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna E-Commerce.*** Ijd-Demos, 4(1), 137–151. <https://doi.org/10.37950/ijd.v4i1.193>
- Pramuditha, Rufina & Hudayah, Syarifah & Indriastuti, Herning. (2021). ***Pengaruh Service Quality, E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Konsumen.*** Sketsa Bisnis, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2632>
- Pradnyaswari, N. P. I., & Aksari, N. M. A. (2020). ***E-Satisfaction Dan E-Trust Berperan Dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-***

***Loyalty Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia*** ABSTRAK Saat ini e-commerce di Indonesia menjadi fenomena tren dan menjadi perhati. 9(7), 2683–2703.

- Piarna, R., & Fathurohman, F. (2019). ***Adopsi E-Commerce Pada UMKM Di Kota Subang Menggunakan Model Utaut***. Jurnal Ilmiah Ilmu Dan Teknologi Rekayasa, 2(1), 125–132. <https://doi.org/10.31962/jiitr.v2i1.13>
- Rojiqin, M. K., Hadi, S. N., & Utomo, Y. T. (2022). ***Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction 1 Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Prespektif Syariah***. Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah, 2(4), 1–16.
- Rachman, A. A., & W Nuruni Ika Kusuma. (2021). ***Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Melalui Variabel Penghubung E-Satisfaction*** 26 Asosiasi Sarjana Sosial, Ekonomi dan Politik Indonesia (ASSEPI) PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY MELALUI VARIABEL PENGHUBUNG. Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik, 2, 26–33.
- Rizki, Amalia Ghani dan Hidayat, Kadarisman dan Devita, L. D. R. (2019). ***Pengaruh E-service Quality (X1) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Indonesia (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-commerce)***. Administrasi Bisnis, 72(Vol. 72 No. 2 (2019): JULI), 49–56. <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2865>
- Sekarsari, L. A., & Wakhidah, F. (2024). ***Analysis of the Relationship Between Online Shopping Experience, Service Quality and Online Shopping Satisfaction on Repurchase Intention in Tokopedia***. At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen, 8(1), 89. <https://doi.org/10.31602/atd.v8i1.13031>
- Santoso, V. A., & Farida, N. (2020). ***Pengaruh Website Design dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Melalui E-Trust (Studi pada Pelanggan Lazada di FISIP Universitas Diponegoro)***. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 9(4), 634–642. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28973>.
- Tanjungsari, H. K., & Ginting, G. (2020). ***Perkembangan Dunia Usaha di Era Digital***. Pustaka.Ut.Ac.Id, 1–43. <https://www.pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/MKWI4203-M1.pdf>
- Trivedi, S. K. & Yadav, M. (2020). ***Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and E-Satisfaction, Marketing Intelligence & Planning***, 38(4), 401–415. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0072>.

- Hardani, dkk. (2020) **Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif**. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). **Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)**. *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hesti, I. (2021). **Pengaruh Harga, Testimonial Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Ketertarikan Konsumen Pada Produk Ms Glow Di Kabupaten Lumajang**. *Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan*, 1(1), 1–8. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/kn8me>
- Industri Kontan. (2019). News: **Pasar Produk Perawatan Kulit Punya Potensi Berkembang**. Diambil tanggal 10 Oktober 2023, dari “<https://industri.kontan.co.id/news/pasar-produk-perawatan-kulitpunya-potensi-berkembang>”
- Maulana Firli, O., Rizal, M., Arifianti, R., & Husna, A. (2021). **Pengaruh Celebrity Endorsme, Brand Image, dan Testimoni dalam Meningkatkan Minat Beli Produk (Studi Kasus : Instagram UKM Kylafood)**. *Bahtera Inovasi*, 4(2), 104–110. <https://doi.org/10.31629/bi.v4i2.3432>
- Osiyo, A. K. M., & Samuel, H. (2018). **Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image Dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbucks Coffee Malang**. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–9.
- Prihartini, E., Mahiri, E. A., Hakim, A., Kurnadi, E., Endorse, C., & Konsumen, M.B. (2022). **Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorse Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Toko Elzatta Majalengka**. *Jurnal Co ...*, 775–783.