

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Alifia, F. T., Wardhani, N. I. K., & Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Online Store Sociolla. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2), 909–917. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i2.1331>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Anjani, D. D., & Tresnati, R. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Pada Sate Cak Ahmad (Survey Konsumen Cak Ahmad di Kota Bandung). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 75–82.
- Ariasa, M., Rachma, N., & Priyono, A. A. (2020). Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai, Pengalaman Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Yang di mediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Pada Pengguna Smartphone Xiaomi di Kelurahan Dinoyo, Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(04).
- Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Aufar, M. Z., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh kualitas website dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan bukalapak di Surabaya. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5361–5367.
- Aulia, M. R., Saragi, C. P. H., & Simbolon, R. (2021). The Effect of Entrepreneurial Characteristics on Entrepreneurial Competence and Entrepreneurial Competence on Business Performance of Micro and Small-Scale Coffee Shops in Bogor. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 4(1), 37–48.
- Bagasworo, W., & Hardiani, V. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management dan Customer Experience Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen di Sisha Cafe Kemang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 2(3), 110–118.
- Dasopang, N. (2024). E-Commerce Bisnis Dan Internet. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, 3(1), 8–14.
- Dominiq, A., Yuniarto, A., & Ellitan, L. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan Service Quality Terhadap Customer Satisfication dan Repurchase Intention pada Kafe Kopi Janji Jiwa Di SURabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 10(2), 52–61.

- Evi, T., & Rachbini, W. (2023). *Partial Least Squares (Teori Dan Praktek)*. CV. AA. Rizky.
- Febriani, N. M. A., & Ardani, I. (2021). The influence of customer experience, ease of use, and trust on Repurchase Intention (Case study of Tokopedia consumers in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(2), 378–383.
- Fitria, L., Arifin, R., & Hatneny, A. I. (2021). Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Santri Pesantren Kampus Ainul Yaqin Unisma). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(03).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Hakim, F. M., & Oktafani, F. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Pada E-Commerce Lazada Indonesia. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 1000–1007.
- Handaruwati, I. (2021). Pengaruh customer experience terhadap kepuasan konsumen produk kuliner lokal soto mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33.
- Hardianti, N., Welsa, H., & Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Citra Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening di Marketplace Shopee. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1777–1781.
- Harmayani, H., Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaean, J. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hendrajaya, C. T., & Lestari, E. (2022). Efek Resiko dan Privasi terhadap Kepercayaan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 5577–5764.
- Hidayat, N. K., Bustaman, Y., & Hartono, Y. H. (2020). The Influence of Service Quality on Customer Trust. *The International Conference on Business and Management Research (ICBMR 2020)*, 253–261.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Juhana, D., Komara, A. T., Sidharta, I., & Suzanto, B. (2024). *Pengantar E-Commerce dan Platform Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Khuzaifah, H., Hendrati, I. M., & Purwanto, S. (2023). The Effect of Service Quality And Price Perception On Repurchase Intention Through Customer Satisfaction Citilink Juanda Airport Surabaya. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(1), 49–63.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management 15th ed*. Pearson Education Limited.

- Kurniawati, D., & Judisseno, R. K. (2022). Penggunaan Skala Likert Untuk Menganalisa Efektivitas Registrasi Stakeholder Meeting: Exhibition Industry 2020. *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis Dan Mice*, 10(1), 142–152.
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-trust terhadap e-loyalty dimediasi oleh e-satisfaction pada pengguna dompet digital Gopay. *YUME: Journal of Management*, 4(1).
- Maisarah, I., & Yani, A. S. (2022). The Effect of Customer Trust and Product Diversity on Shopee Users Repurchase Intention with Customer Satisfaction as a Moderating Variable. *IJHCM (International Journal of Human Capital Management)*, 6(2), 32–40.
- Makbul, M. (2021). *Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian*.
- Mandasari, F., Purwanto, E., & Purwanto, S. (2023). The Influence Of Celebrity Endorsers And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decision Trust On Lazada Marketplace Surabaya. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(1), 99–113.
- Melia, C. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Customer Experience dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Secara Online Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 242–254.
- Nabilla, S. D., Dermawan, R., & Ariescy, R. R. (2023). The effect of customer experience, word of mouth, and price perception on Repurchase Intention of special fare train tickets. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(5), 1471–1480.
- Nugroho, B., & Idris, I. (2018). Pengaruh dimensi motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif online pada situs marketplace tokopedia. *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 438–448.
- Nurwidawati, D. (2023). Hubungan antara Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan E-commerce. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(2).
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priscillia, M., & Budiono, H. (2020). Prediksi Website Design Quality dan Service Quality terhadap Repurchase Intention Pada Pelanggan Shopee di Jakarta Dengan Customer Trust Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 1033.
- Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modeling (SEM) untuk mengukur pengaruh pelayanan, harga, dan keselamatan terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa angkutan umum selama pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 4(1), 1–13.

- Putri, A. S., & Zakaria, R. (2020). Analisis pemetaan e-commerce terbesar di Indonesia berdasarkan model kekuatan ekonomi Digital. *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC, 1*, 1–14.
- Rifqi Suprpto, S. P., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.
- Rofa, I. T., Meilani, A. R., an Hasibu, N. M., Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas, 1*(2), 222–235.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis faktor-faktor keterlambatan pada proyek pembangunan gedung asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik, 11*(1), 432–439.
- Sari, L. N., & Padmantyo, S. (2023). The effect of customer experience on Repurchase Intention with customer engagement as an intervening variable. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 9*(2), 514–522.
- Sauw, O., & Mointi, R. (2023). Customer experience dan Customer satisfaction terhadap Repurchase Intention Produk Online. *YUME: Journal of Management, 6*(1), 260–268.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management, 15*(1–3), 53–67.
- Soemadi, R. R. A. (2023). Pengaruh pemasaran digital dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian fried chicken home delivery. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 20*(2), 189–197.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225*(87), 48–61.
- Suhardi, M. (2023). *Buku ajar Dasar Metodologi Penelitian*. Penerbit P4I.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research, 5*(3), 110–116.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Andi.
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2020). Repurchase Intentions in Y generation: mediation of trust and e-satisfaction. *Marketing Intelligence & Planning, 38*(4), 401–415.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi, 5*(2), 259.
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi), 1*(6), 79–93.

- 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.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis pengaruh pemasaran digital (digital marketing) terhadap brand awareness pada e-commerce. *Jurnal Manajerial*, 12(2), 198.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis penelitian kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
- Yovanda, E., Rahman, A., & Anggriani, I. (2022). The Influence of Customer Experience and Trust on Customer Loyalty PT. Lion Parcel Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(4), 1443–1454.
- Yusuf, M., & Ifada, N. (2022). *E-commerce: Konsep dan Teknologi*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).