

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, E. N., & Student. (2015). Pengaruh Pengalaman, Kualitas Website, Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Ulang Secara Online Di Situs Olx Indonesia. *4*(2), 1–15.
- Amelia, A. S. (2016). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffe Time Kopo Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *31*(1), 7–15.
- Analisis Nilai Pengalaman Berbelanja Online Melalui Experiential Marketing. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, *4*(2), 1–15
- Burhanuddin. (2018). *Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Berbelanja Online Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*. 1–24.
- Burhanuddin. (2018). *Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Berbelanja Online Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*. 1–24.
- Darmadi. (n.d.). Darmadi Durianto., 2017, 11–29.
- Hermawati. (2013). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.
- Hildaria, H. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*. 1–176.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2013). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan..., Adnan Al Fajar, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP, 2016*. 8–20.
- Kartika, D. S. J., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Niat beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel intervening (Studi Pada Pelanggan Jilbab Rabbani di Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, *6*(3), 248–258.
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis e-wom, online shopping experience dan trust terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen e-commerce shopee pada mahasiswa pascasarjana universitas riau. *Tepak Manajemen Bisnis*, *XI*(2), 289–307.
- Kualitas Produk, Kepuasan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.
- Humarah, F. A. (2013). Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Online Market Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, *6*, 219.
- Kusuma, K., Utami, C. W., & Padmalia, M. (2018). Pemeditasian Kepuasan Konsumen pada Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Perusahaan Sinar Karya Pemenang. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, *3*(3), 1–7.
- Masitoh, M. R., & Hermansyah, A. W. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Merek terhadap Niat Pembelian Ulang di Toko Online Tokopedia. *Manajemen*, *8*, 229–247. R
- Lestari, P. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sosro.
- Muliasari, I. (2017). Pengaruh Harga dan Proses Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Instamie (Survey Pada Konsumen Kafe Instamie Jl. Tamansari No 15 Bandung). *Universitas Pasundan Bandung*, 26–82.

Muliasari, I. (2017). Pengaruh Harga dan Proses Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Instamie (Survey Pada Konsumen Kafe Instamie Jl. Tamansari No 15 Bandung). *Universitas Pasundan Bandung*, 26–82

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa FKIP UNILA Di Situs Jual Beli Online Shopee. 1–96.

Pengaruh Pengalaman Pelanggan..., Adnan Al Fajar, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP, 2016. 8–20

Prathama, F., Sahetapy, L., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2019). *Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada*. 7(1).

Purnamasari, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*

Putri Danashieli1, Kardinal2, C. A. P. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Keamanan dan Kenyamanan Terhadap Niat Beli Ulang Di E-Commerce Universitas Esa Unggul 61 Tokopedia.Com (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE MDP Palembang). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 3, 1–15.

Rahayu, A., Wibowo, L. A., & Christianingrum, C. (2013).

Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk terhadap kepuasan dan dampaknya pada minat pembelian Ulang konsumen keretaapi kelas eksekutir argo parahiangan. *Jurnal Ilmu Manajemen Oikonomia*, 13(2), 37–48.

Wibowo, G., Rahadhini, M. D., & Sunarso. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Niat Beli Ulang. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, (September 2018), 1–9. <https://doi.org/10.31227/osf.io/tc2fe>

Widodo, S., Haryani, C., & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Pengguna Downy di RW XXII Perumm Puri Dinar Elok Meteseh Semarang). 02(02), 1–11.

Lampiran 1

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul