

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, I. K., & Sarpan. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Ulang Ulang Mazaya Dekoratif Dan Skincare Pada Toko Tangga Mas Tambun.*
- Algustin, W., & Matoati, R. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk Emina pada Generasi Z. In *JBE* (Vol. 27, Issue 1). <https://www.unisbank.ac.id/ojs>;
- Arinza, A., & Irda. (2021). *Pengaruh Pengalaman Belanja dan Easy Of Use Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta).* <https://doi.org/10.26460/md.v1i1.45>
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Easy Of Use Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*, 6(1), 54–61. <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.78>
- Ayu Retno Ningrum, D., & Diansepti Maharani, B. (2021). Pengaruh Easy Of Use, Trust dan Kepuasan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen di Sshopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi UST). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 4, 2684–9283. <https://doi.org/10.35326/jiam.v4i1>
- Azmi, M. (2022). Pengaruh Iklan, Sales Promotion, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Shopee). *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 4(4). <https://doi.org/10.36782/jemi.v4i4.2181>
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan.*
- Dora, Y. M., & Sukma, C.-. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Ulang di Online Shop IG Mamameramu. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(2), 81–91. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i2.10095>
- Efdison, Z., Yadewani, D., Febrina Harahap, E., Dharma Putra, A., Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, S., & Jaya Nusa, S. (n.d.). Pengaruh perceived value, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada Distro Agung Sungai Penuh. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Eka Garnis, S. M., & Mahargiono, P. B. (2023). *Pengaruh Trust, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Stiesia Surabaya) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.*
- Fatmala, R., Islam, U., & Kediri, K. (2023). *Pengaruh Sales Promotion dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Perawatan Wajah (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Mahasiswa Uniska Kediri Fakultas Ekonomi)*

- Ria Fatmala Anita Sumelvia Dewi Angga Permana Mahaputra. 1(4). <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i4>
- Febrianza, R., & Aprileny, I. (2020). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-commerce Shopee (Studi pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa STEI Jakarta)*.
- Febrilla Ponirin, S. (2022). *Pengaruh Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Shopee Palu* (Vol. 8, Issue 1).
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927>
- Gusti Agung Ayu Alit Masarianti Putri, I., Darwini, S., & Mujahid Dakwah, M. (2019). *Pengaruh Trust dan Easy Of Use Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Shopee di Kota Mataram*.
- Hanafiah, Sutedja, A., & Ahmaddien, I. (2020). *Pengantar Statistika* (E. Jaelani, Ed.). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). *pengaruh-promosi-penjualan-dan-kualitas-layanan-terhadap-minat-beli-ulang-melalui-kepuasan-pelanggan-pada-starbucks-coffe-grand-wisata-bekasi*.
- Islamiyah, N., Hidayati, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada pengguna E-commerce Shopee Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 09(16).
- Kasinem. (2020). Pengaruh Trust dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomi*, 17(4).
- Khairunnisa Ginting, A., & Harahap, K. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan ). *JOSR: Journal of Social Research* Juli, 1(8), 500–506. <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsrhttp://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
- Kharis Waluyo, R. (2022). *Pengaruh Sales Promotion, Brand Aambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Tokopedia*.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang. In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e* (Vol. 2, Issue 3).
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (Cetakan 3). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Mardiah, A., & Anugrah, H. (2020). *Pengaruh Orientasi Belanja, Trust, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online*.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. (2021). *Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Trust dan Minat Beli Ulang*. 11(2), 230. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.4651>
- Nurlaela Anwar, R., & Ananda Wardani, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett di E-Commerce Shopee*. <https://doi.org/10.31604/jips.v8i5.2021.1370-1379>
- Pebrila, L., Ramdan, A. M., Samsudin, A., Program, M., Administrasi, S., Universitas, B., Sukabumi, M., & Program, P. (2019). *Kekuatan Pengalaman Konsumen dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handmade Addictive*.
- Praja, Y., Karnadi, & Feri. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Kopi Kapal Api Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurrahman Saleh Situbondo Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 2(9), 2077–2096.
- Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2020). *Pengaruh Easy Of Use Aplikasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab di PT Sido Muncul Kebon Jeruk)*.
- Reza, M., Rusli, A., Sugiyanto, F., & Rahayu, M. (2023). *Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live streaming Marketing Shopee (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kampus Darmajaya Bandar Lampung)*.
- Rian Fiona, D. (2020). *Pengaruh Sales Promotion dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek)*.
- Rukminingsih, Adnan, G., & Latief, M. A. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas* (E. Munastiwi & H. Ardi, Eds.). Erhaka Utama. [www.erhakautama.com](http://www.erhakautama.com)
- Santona, E., Sudaryatno, & Afandi, M. farid. (2021). Marketplace's Perceived Ease Of Use, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Bisma: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 15(3). <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. syahrani. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2). <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Surya Pratiwi, D., & Fajar Dewantara, Y. (2023). *Faktor Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Ulang di Digerati House Bekasi*. 8(2). <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1447>

- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1).
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambus*, 7(1).
- Widyartono, A. (2020). *Pengaruh Faktor-Faktor di Dalam Trust dan Perceived Value Terhadap E-wom Pada Situs Belanja Online di Kota Palembang*. 32(1), 1–14. <https://tirto.id/profil-konsumen-belanja-online-di-indonesia-cuEG>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2).
- Yanti Febrini, I., Widowati PA, R., & Anwar, M. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta*. 10(1). <https://doi.org/10.18196/mb.10167>