

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvian, M. S., & Prabawani, B. (n.d.). PENGARUH SALES PROMOTION DAN KERAGAMAN PRODUK PADA SHOPEE TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUIKEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.
- 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>
- Citra Merek sebagai Pemoderasi Pengaruh Promosi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePay. (Sri Devi, Rindang Matoati, 2022).
- Fitriyana, R., & Waruwu, K. (n.d.). Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis PENGARUH PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PLATFORM SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA FEB UTND).
- ISTIMEWA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN DI MARKETPLACE SHOPEE (STUDI DI PROVINSI SUMATERA BARAT) ANALYSIS OF THE EFFECT OF SPECIAL DATE PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER REPURCHASE INTEREST IN THE SHOPEE MARKETPLACE (CASE STUDY IN WEST SUMATRA PROVINCE).
- Larasati, D. R., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1).<https://doi.org/10.37641/jikes.v2i1.1381>
- Manajemen dan Dinamika Bisnis, J., & Nurkhasanah, S. (2022). PENGARUH PERSEPSIAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG ONLINE YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA SHOPEEFOOD). 1(2), 1–16.

- Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Jember, U. (n.d.). PENGARUH COUPON SALES PROMOTION, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DI E-COMMERCE SHOPEE THE EFFECT OF COUPON SALES PROMOTION, ONLINE CUSTOMER REVIEW AND PERCEIVED ENJOYMENT ON REPURCHASE INTENTION.
- Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Jember, U. (n.d.). PENGARUH COUPON SALES PROMOTION, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DI E-COMMERCE SHOPEE THE EFFECT OF COUPON SALES PROMOTION, ONLINE CUSTOMER REVIEW AND PERCEIVED ENJOYMENT ON REPURCHASE INTENTION.
- Peburiyanti, D., Penulis Adalah Mahasiswa, S., Pengajar, D., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.).PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA BUTIK KANABINI DITENGGARONG. In JEMI (Vol. 20).
- Pengaruh Iklan, Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli Konsumen Shopee.(Deykha Aguilika, 2022).
- Pengaruh Religiositas, EWOM, Brand Image dan Attitude terhadap. (Lily Purwianti, 2021). Prima Nofri, O., & Indra Wijaksana, T. (n.d.). ANALISA PENGARUH PROMOSI TANGGAL
- Rismaya, T., Muslim, U. B., Shiddieqy, H. A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Institut, I., Islam, A., & Bogor, S. (n.d.). ANALISIS MENGENAI PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE DITINJAU DARI SUDUT PANDANG SYARIAH (Studi Pada Pengguna
- Satriawan, L. P., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Brand Image, Kreativitas Iklan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Kaum Milenial Pengguna Shopee Di Kota Batam. *Dynamic Management Journal* ISSN, 7(1), 2580–2127.