

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I., & Djati, J. (2021). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang pada Pembelian Produk Skincare di E-commerce Shopee . *Cakrawangsa Bisnis*, 2(2), 275–286.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2015). *Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes* (Vol. 11). European Review of Social Psychology.
- Ardianto, A. K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2).
- Arnould, E. J., Price, L., & Zinkhan, G. M. (2021). *Consumer*. McGraw-Hill.
- Asri, dkk. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *E-QIEN Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* , 11(4).
- Bachman, R., & Akbar, Z. (2019). *Hanbook of Trusst Research*. Edwar Elgar Publising.
- Chiguvi, D., & Guruwo, P. T. (2019). Impact of Customer Satisfaction on Consumers Loyalty in the Banking. *International Journal of Scientific Engineering and Research*, 5(1).
- Chiu, C., Wang, E., Fang, Y., & Huang, H. (2019). Understanding Customer's Repeat Order Purchase Intention in B2C e-commerce; The role of Utilitarian Value, Hedonic Value, and Perceived Risk. *Information System Journal*, 24(1), 85–114.
- Ellitan, L., & Richard, A. (2022). The Influence of Online Shopping Experience, Customer Satisfaction and Adjusted Satisfaction on Online Repurchase Intention to Tokopedia Consumers in Surabaya . *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* , 5(2).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Harto, R. B., & Zainul, M. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko dan Keamanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Situs Jual Beli Shopee. *JURSIMA : Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, 9(1).
- Ibrahim, R. (2020). Peran kepercayaan dalam memahami dampak pemasaran media sosial terhadap ekuitas merek dan loyalitas merek. . *Jurnal Pemasaran Hubungan*, 19(4), 287–308.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Lee, Y. C. (2020). Impacts of decision-making biases on eWOM retrust and risk-reducing strategies. *Computers in Human Behavior*, 4(1).
- Lita, A. M. N., & Zaky, F. A. (2019). Pengaruh Review Online, Kepercayaan Pada Web, Keamanan Bertransaksi Online, dan Privasi Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Online Lazada. *Jurnal EBBANK* , 10(1), 17–28.
- Metode Penelitian Kuantitatif, K. dan R. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Mowen, Jhon. C., & Michael, M. (2018). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.

- Munandar, & Chadafi. (2019). Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Di Media Sosial Instagram. *Visioner & Strategis*, 5, 1–8.
- Mutiara, & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krinadwipayaman*, 8(2).
- Nababan, dkk. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Keamanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Platform Shopee. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3).
- Philip, K., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (16th ed.). Prentice Hall Published.
- Prahiawan, dkk. (2021). The role of e-satisfaction, e-word of mouth and e-trust on repurchase intention of online shop. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 1–8.
- Prathama, F., & Sahetapy, W. L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Jurnal AGORA*, 7(1).
- Prilano, dkk. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1).
- Rembet, V. N., Mananeke, L., & Loindong, S. S. (2020). Pengaruh Service Performance, Kepercayaan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sulutgo Cabang BEO. *Jurnal EMBA*, 8(3), 332–343.
- Romadhoni, dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Lazada. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kesatuan*, 10(2).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2014). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sutedjo, A. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Serta Persepsi Resiko terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online Shopee. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, Dan Manajemen*, 3(2).
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media.
- Wahyuni, A. D., & Dahmiri. (2021). Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keamanan Konsumen dan Implikasinya terhadap Minat Beli Konsumen di Marketplace Shopee Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(1).
- Wasiman, & Mauli Siagian. (2022). EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY IN PT. GREAT SEASONS BATAM. *Journal of Management Studies Program Universitas Putera Batam*, 10(1), 23–28.
- Wijyanthi, N. P. P. A., & Goca, I. G. P. A. W. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Repurchase Intention di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(1).
- Yusuf, J. C., Prayogo, F. R., & Andreni, F. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang di Traveloka. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 9(1)