

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa dan Abdul. 2021. *Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay*. Volume 4 Issue 1 (2021) Pages 138 - 149 YUME : Journal of Management ISSN : 2614-851X (Online)
- Brian dan Innocentius. 2021. *Pengaruh E-security, E-service Quality terhadap E-satisfaction dan Pengaruh E-satisfaction, E-security, dan E-service Quality terhadap E-repurchase Intention Secara Langsung pada Pengguna E-commerce Tokopedia*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 11. No. 2, 2021 (p-ISSN 2338-9605; e-2655-206X)
- Bondan dan Albari. 2014. *Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Privasi Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Online*. Jurnal Siasat Bisnis Vol. 16 No. 1, Januari 2014
- Daulay, Nuraini. 2020. *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee*. Universitas Sumatera Utara
- Fachrizi dan Rizal. 2016. *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com*. Diponegoro Journal Of Management Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016, Halaman 2
- Fika, Ainun. 2015. *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Gadis,Srikandi dan Kadarisman. 2014. *Pengaruh Prior Online Purchase Experience Terhadap Trust Dan Online Repurchase Intention*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 16 No. 1 November 2014
- Hdayah, Rachmahita Resti. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Marketplace*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Irham, Muhammad. 2017. *Pengaruh Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap*

Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Site. Universitas Negeri Semarang

Mela dan Raden. 2019. *Analisis E-Wom, Online Shopping Experience Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau.* Jurnal Tepak Manajemen Bisnis Vol. XI. No. 2. April 2019

Mim Farisal dan Dina. 2019. *Pengaruh E-Security dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Fisip UNDIP.* Diponegoro Journal Of Social And Politic Tahun 2019, Hal. 1-8

Mubarak, M. Husni. 2019. *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap Repurchase Intention.* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Nurul dan Citra. 2016. *Pengaruh Shopping Orientation, Online Trust Dan Prior Online Purchase Experience Terhadap Online Purchase Intention (Studi Pada Online Shop Hijabi House).* Volume 20 Nomor 2, 2016

Oktari, Shahnaz. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, E-Service Quality, Dan Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazada.* Universitas Sumatera Utara

Purwati, Vita. 2018. *Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan Transaksi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online.* Universitas Muhammadiyah Magelang

Puspita, Sindy. 2019. *Pengaruh Dimensi Pengalaman Pasca Pembelian Dalam Belanja Online Terhadap Kepuasan Konsumen.* Universitas Lampung.