

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, A. A. (2021). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Konsumen Yogya Sunda Department Store di Kota Bandung).
- Aliyah, F., Utami, W., & Irda, I. (2021). Kualitas Layanan Elektronik, Harga dan Persepsi Manfaat Fitur Gopay Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Kota Padang . *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 48–56. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i1.18342>
- Arifah, N. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Repurchase Intention Pada Toko AkuniwaShop Klaten Di Marketplace Shopee.
- Asih, P. B. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim, Diskon, dan Iklan Shopee terhadap Keputusan pembelian konsumen di DKI Jakarta.
- Atika, R. (2020). pengaruh Shopping Orientation Dan Prior Online Purchase Experience Terhadap Repurchase Intention Fashion di Tokopedia.
- Azis, S. (2022). Pengaruh Voucher Diskon, Pengalaman Konsumen Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Layanan GoFood Pada Saat Masa Pandemi Covid19.
- Berliana, C., & Sanaji. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, Dan Commitment Terhadap E-Loyalty Dengan ESatisfaction Sebagai variabel mediasi.
- Dijkstra, T. K., Henseler, J.,. (2015). Consistent Partial Least Squares Path Modeling.
- Henggrawan, A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Diskon, Customer Relationship Management (CRM) Terhadap

Loyalitas Konsumen Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa TBK. Denpasar.

Juliandi, A. (2018). Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS.

Kolonio, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada CV. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.

Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2).
<https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>

Labibah, Z. (2019). Pengaruh E-Service Quality dan Promosi Daring Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Pembelian Ulang pada Pemesanan Hotel di Situs Traveloka.

Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159.
<https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>

Magdalena, A., & Jaolis, F. (2018). Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction Dan E-Loyalty Dalam Konteks Ecommerce BliBli.

Nita, N., & Ratnasari, I. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Shopee. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 867.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.510>

Nurdiansah, A. (2022). Pengaruh Price Discount terhadap Customer Satisfaction dan

Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna ShopeeFood).

Nurkhalik, M. F., & Ahmaddien, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Minat Beli Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. 02(2).

Oktavia, F., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.11196>

Pee, L. G., Jiang, J., & Klein, G. (2018). Signaling effect of website usability on repurchase intention. *International Journal of Information Management*, 39, 228–241. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.010>

Prabowo, H., Astuti, W., & Respati, H. (2020). Effect of Service Quality and Brand Image on Repurchase Intention through Word of Mouth at Budget Hotels Airy Rooms. *Open Journal of Business and Management*, 08(01), 194–207. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2020.81012>

Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. 1(3).

Sanusi, A. (2017). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07>

Saragih, M. G. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan).

Sartika, D. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang

- produk You C 1000 serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen . Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis, 2(1). <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>
- Savila, I. D., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The Role of Multichannel Integration, Trust and Offline-to-Online Customer Loyalty Towards Repurchase Intention: An Empirical Study in Online-to-Offline (O2O) e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 859–866. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.193>
- Sembiring, M., Sitepu, I. U., & Ginting, F. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discont Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada RedDoorz Near Mikie Holiday Berastagi. *Jurnal Regionomic*.
- Septiani, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Yogyakarta). 17.
- Setyagustina, K., Rahmania, R., Joni, M., Kholik, A., & Suhitasari, W. D. (2022). Pengaruh Potongan Harga atau Diskon, Gratis Ongkir dan Sistem COD Terhadap Minat Berbelanja Online di Aplikasi Shopee dalam perspektif ekonomi islam. *Jurnal Economina. Jurnal Economica*, 1(3), 596–607. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.149>
- Silviana. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media (Studi Kasus Di Kecamatan Bone-Bone).
- Sinurat, E. S. M., & Lumanauw, B. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga.
- Sofiani, M., & Sagir, J. (2022). Pengaruh Online Shopping Experience Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Shopee dengan Customer Trust Sebagai

Variabel Intervening. 11(2).

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Vicramaditya, P. B. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Grabbike. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 325. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2379>

Widyastuti, E. (2020). Dampak Integrasi E-Service Quality, E-Satisfaction dan E-Payment terhadap E-Repurchase Intention Konsumen dalam menggunakan Fitur GoFood (Studi Kasus Pada Karyawan Multi Buana Group).

Wijastuti, R. D., & Cantika, N. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Jasa GoFood Di Kota Sorong. *Kalianda Halok Gagas*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.52655/khg.v1i1.3>

Wirani, M., & Wibasuri, A. (2020). Measurement of Information Quality and E-Service Quality on Customer Satisfaction at Shopee Indonesia. 215.

Iprice.co.id

Katadata.com

Smartpls.com