

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Ali Hasan, Marketing, Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2013
- Anggraini, n. p. n., jodi, i. w. g. a. s., & putra, d. p. (2020, october). the influence of experiential marketing and e-service quality on e-satisfaction and repurchase intention. in *journal of international conference proceedings (jicp)* (vol. 3, no. 2, pp. 50-58).
- Anjani, G. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Dalam Memanfaatkan E-Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik).
- Aprilianti, a.a. (2018). the influence of e-marketing on consumer decisions using pt. fres indonesia wisata services
- Armstrong, g., adam, s., denize, s., & kotler, p. (2014). *principles of marketing*. pearson australia.
- Arsyam, M. (2020). Manajemen pendidikan islam.
- Assauri, s. (2018). manajemen bisnis pemasaran.
- Batlaery, S. (2016). Penerapan fungsi-fungsi manajemen pada aparaturn pemerintahan Kampung Tambat Kabupaten Merauke. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial Unmus*, 7(2), 135-155.
- Cheng, b. l., & yee, s. w. (2014). factors influencing consumers' online purchase intention: a study among university students in malaysia. *international journal of liberal arts and social science*, 2(8), 121-133.

- Dian, b. a., & azizah, n. (2021). pengaruh e-service quality dan enjoyment terhadap repeat usage e-wallet gopay melalui trust pada generasi milenial di surabaya. ., 2(2), 183-202.
- Digdowniseiso, k. (2017). metodologi penelitian ekonomi dan bisnis.
- Fatimah, N., & Ratnasari, Y. (2018). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja dan Dampaknya Pada Kinerja Karyawan Bagian Marketing di PT. Diparanu Rucitra Property Surabaya. *J-MKLI (Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia)*, 2(1), 12-22.
- Fauzi Achmad. (2017). Pemasaran Internasional pengantar, teori, dan konsep. Malang: Penerbit Empatdua
- Fandy Tjiptono (2015), Strategi Pemasaran. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono(2014), Service Quality and Satisfication, Ed.2. Penerbit Andi,Yogyakarta.
- Fiona, d. r., & hidayat, w. (2020). pengaruh promosi penjualan dan e-service quality terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan (studi pada pelanggan gopay di jabodetabek). *jurnal ilmu administrasi bisnis*, 9(1), 333-341.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Denga Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hansel, b. (2021). pengaruh perceived enjoyment terhadap repurchase intention melalui shopping orientation untuk seller yang membuka lapak pada aplikasi tokopedia di surabaya. *agora*, 9(2).
- Irawan, i. c. (2020). analisis *e-marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen secara online. *journal of business and banking*, 9(2), 247-260.
- Juniwati, j. (2015). pengaruh perceived ease of use, enjoyment dan trust terhadap repurchase intention dengan customer satisfaction sebagai intervening pada

- belanja online (studi pada mahasiswa universitas tanjungpura pontianak). *jurnal ekonomi bisnis dan kewirausahaan*, 4(1), 140-156.
- Mothersbaugh, d. l. (2016). *consumer behavior: building marketing strategy*. new york, mcgraw-hill education.
- Na'im, z. (2021). *manajemen pendidikan islam*. bandung : widina bhakti persada.
- Oktarini, m. a. s., & wardana, i. m. (2018). peran customer satisfaction memediasi pengaruh perceived ease of use dan perceived enjoyment terhadap repurchase intention. *e-jurnal manajemen unud*, 7(4), 2041-2072.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-122.
- Pebritia, a. (2022). online repurchase intention ditinjau dari perceived enjoyment pada konsumen shopee. *journal of social and industrial psychology*, 11(2), 123-129.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2015). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (1st Indonesia language ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Puspitasari, i., & briliانا, v. (2017). pengaruh perceived ease-of-use, perceived usefulness, trust dan perceived enjoyment terhadap repurchase intention (studi kasus pada website zalora indonesia). *jurnal bisnis dan akuntansi*, 19(2), 171-182.
- Putri, i. g. a. m. s., & sagita, g. a. m. (2021). the effect of perceived usefulness, trust, and perceived enjoyment on repurchase intention: study on fashion products. *american journal of humanities and social sciences research (ajhssr)*, 5(5), 380-387.
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Priyono, M. J. T. S. Z. (2016). Metode penelitian kuantitatif. *Sidoarjo: Zifatma Publishing*.
- Qunita, i. (2021). *pengaruh e-service quality dan website quality terhadap repurchase intention dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening* (doctoral dissertation, universitas putra bangsa).
- Sullivan, y. w., & kim, d. j. (2018). assessing the effects of consumers' product evaluations and trust on repurchase intention in e-commerce environments. *international journal of information management*, 39, 199-219.
- Sujarweni, w. (2014). metodologi penelitian: lengkap, praktis, dan mudah dipahami.
- Sugiyono, f. x. (2017). *neraca pembayaran: konsep, metodologi dan penerapan* (vol. 4). pusat pendidikan dan studi kebanksentralan (ppsk) bank indonesia.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2015. Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua. Cetakan Ketiga. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Trivedi, s. k., & yadav, m. (2018). predicting online repurchase intentions with e-satisfaction as mediator: a study on gen y. *vine journal of information and knowledge management systems*.
- Tjiptono, f., & chandra, g. (2014). pemasaran jasa-prinsip dan penerapan. *penerbit erlangga*.

Widayanto, w. (2021). pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap repurchase intention (studi pada pengguna lazada mahasiswa fisip undip). *jurnal ilmu administrasi bisnis*, 10(1), 900-905.

WEBSITE:

Databooks. 2022. Pengguna internet di Indonesia. Diakses pada 22 mei 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>

Databooks. 2022. Google prediksi E-commerce di Indonesia terus menguat sampai 2025. Diakses penulis pada tanggal 1 Juni 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/28/google-prediksi-e-commerce-indonesia-terus-menguat-sampai-2025>

Deva Rahmawati. 2023. Fenomena belanja online sebagai budaya populer di kalangan masyarakat. kumparan com. Diakses pada 25 Mei 2023 dari <https://kumparan.com/deva-rahmawati-1665647501655203969/fenomena-belanja-online-sebagai-budaya-populer-di-kalangan-masyarakat-1zZcXQocvQT/3>

Googletrends. 2023. Minat e-commerce di Indonesia. Diakses pada 25 mei 2023 dari <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=today%203-m&geo=ID&q=Lazada&hl=id>

Iprice, Insight. 2022. Peta E-Commerce indonesia. Diakses pada 18 mei 2023 dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>