

DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Ayu RatiH Permata Sari, N. N. K. Y. (2020). *Kepercayaan Pelanggan*. Lakeisha.
- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*.
- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). *Pemasaran dan Kepuasan pelanggan (Vol.21,Issue1)*. Diakses dari <http://journal.umsurabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Daga, R. (2017). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (Issue May 2017)*.
- Databoks. (2023). *Rata-rata Jumlah Pengunjung Situs Shopee per Bulan (Kuartal I 2019-Kuartal II 2022)*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/ini-pertumbuhan-pengunjung-shopee-sampai-kuartal-ii-2022>
- Diah Ayu Retno Ningrum,Susanto, B. D. M. (2021). *Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap niat beli ulang ulang konsumen di SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi UST)*. Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen, 4(1), 1–12. Diakses dari <https://doi.org/10.35326/jiam.v4i1>
- Dwipayana, B., & Sulistyawati, E. (2018). *Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Go-Food Di Feb Unud*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 7(10), 5197. Diakses dari <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p01>

- Hidayah, N., & Anjarwati, A. L. (2018). *Pengaruh Perceived Quality terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Surabaya Timur)*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1–9.
- Kerty, B. P. V. D. S. D. Y. N. N. (2023). *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Niat Beli Ulang (Konsep Dan Aplikasi Pada Studi Kasus)*. Mediai Pustaka Indo.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. In *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* (Vol. 8, Issue 2). Diakses dari <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Putra, A. F. A. S. (2021). *Pengaruh Kualitas Website Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediator*. Diakses dari Umm.Ac.Id.https://eprints.umm.ac.id/77491/%0Ahttps://eprints.umm.ac.id/77491/1/THESIS.pdf
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian* Bandung: Alfabeta.