

Daftar Pustaka

(t.thn.). Diambil kembali dari The Global Economy:

https://www.theglobaleconomy.com/Indonesia/Internet_users/

(t.thn.). Diambil kembali dari

https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/695/jbptunikompp-gdl-prayudisep-34708-5-unikom_p-i.pdf

(t.thn.). Diambil kembali dari [http://e-](http://e-journal.uajy.ac.id/22940/3/15%2003%20222243.pdf)

[journal.uajy.ac.id/22940/3/15%2003%20222243.pdf](http://e-journal.uajy.ac.id/22940/3/15%2003%20222243.pdf)

(t.thn.). Diambil kembali dari

http://library.binus.ac.id/eColls/eThesiscoll/Bab2/RS1_2017_2_1854_Bab2.pdf

(t.thn.). Diambil kembali dari

<http://repositori.unsil.ac.id/1005/6/11.%20BAB%20II.pdf>

(t.thn.). Diambil kembali dari [https://media.neliti.com/media/publications/140520-](https://media.neliti.com/media/publications/140520-ID-none.pdf)

[ID-none.pdf](https://media.neliti.com/media/publications/140520-ID-none.pdf)

(t.thn.). Diambil kembali dari https://kc.umh.ac.id/16594/6/BAB_II.pdf

(t.thn.). Diambil kembali dari

<https://eprints.umm.ac.id/73027/3/BAB%20III.pdf>(2021, Mei 25).

Diambil kembali dari idntimes:

<https://www.idntimes.com/business/economy/indianamalia/selain-bpjs->

- kesehatan-ini-3-kasus-kebocoran-data-konsumen-e-commerce?page=all
- (2021). Diambil kembali dari <https://jubelio.com/2021/tiktok-shop-adalah/>
- (2022, Oktober). Diambil kembali dari We Are Social: <http://wearesocial.com>
- Adi. (2023, Januari 31). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal IV 2022*. Diambil kembali dari Databoks:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-iv-2022#:~:text=Berdasarkan%20data%20SimilarWeb%2C%20Shopee%20merupakan,191%20juta%20kunjungan%20pada%20Desember.>
- Ahmad, A. S. (2010). An empirical investigation of Islamic banking in Pakistan based on perception of service quality. *African journal of business management*, 4(6).
- Aisyah, S. (2020). Dampak pandemi Covid-19 bagi UMKM serta strategi e-marketing UMKM di Indonesia.
- Akodon, R. d. (2007). Diambil kembali dari
http://repository.upi.edu/13490/6/S_AD_P_1006111_Chapter3.pdf
- al, C. e. (2018).
- al, D. e. (2015). Explaining consumer satisfaction of services: The role of innovativeness and emotion in an electronic mediated environment. *Elsevier* .
- al, H. e. (2006). STRUCTURAL EQUATION MODELING.

https://eprints.uny.ac.id/186/1/skripsi_STRUCTURAL_EQUATION_MODELING.pdf.

al, H. e. (2007). <http://e-journal.uajy.ac.id/12638/4/EM207923.pdf>.

al, W. e. (2014).

An, S. C. (2021). Virtual travel experience and destination marketing: Effects of sense and information quality on flow and visit intention. . *Journal of Destination Marketing & Management*.

Andrea. (2021, Juni 4). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*.

Diambil kembali dari Databoks:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

Ariffin, S. Y. (2016). actors influencing perceived quality and repurchase intention towards green products. . *Procedia Economics and Finance*, 37, 391-396.

Arnetta. (2022, Agustus 10). *Bagaimana TikTok Shop Menjadi Kanal Promosi dan Penjualan yang Efektif untuk UMKM*. Diambil kembali dari

dailysocial: <https://dailysocial.id/post/dampak-tiktok-shop-bagi-umkm>

Caruana, A. &. (2010). How corporate reputation, quality, and value influence online loyalty. *Journal of Business Research*,.

Chiu, W. &. (2019). E-commerce brand: The effect of perceived brand leadership on consumers' satisfaction and repurchase intention on e-commerce

websites. . *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.

Daniel, A. J. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
DAYA TARIK IKLAN TERHADAP . 990-999.

data pengguna internet di seluruh dunia. (2022). Diambil kembali dari we are
social: <http://wearesocial.com>

Desi Purwanti Atmaja, M. F. (2013). *PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
KOPITIAM OEY SURABAYA*. Diambil kembali dari Jurnal Hospitality dan
Manajemen: [https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-
perhotelan/article/view/1179](https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/1179)

Dimas, S. (2013). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 2-4.

Dlačić, J. A.-M. (2014). Exploring perceived service quality, perceived value, and
repurchase intention in higher education using structural equation
modelling. . *Total Quality Management & Business Excellence*, .

Fang, Y. Q. (2014). Trust, satisfaction, and online repurchase intention. *Mis
Quarterly*, 38(2), 407-A9.

Fazal-e-Hasan, S. M. (2019). The role of brand innovativeness and customer hope
in developing online repurchase intentions. *Journal of Brand
Management*.

Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk*.

Diambil kembali dari Repository Maranatha:

http://repository.maranatha.edu/20963/9/1352351_References.pdf

- Ferdinand, A. (2002). Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen,. *Edisiketiga, FakultasEkonomi UNDIP, Semarang.*
- FIInaka, A. W. (2021). *Jumlah Pulau di Indonesia Capai 17.000!* Diambil kembali dari indonesiabaik.id: <https://indonesiabaik.id/infografis/jumlah-pulau-di-indonesia-capai-17000>
- Gilbert A. Churchill, J. a. (1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *SAGE journals.*
- Hariandja, E. S. (2021). FAKTOR PENENTU BRAND EQUITY DAN PENGARUHNYA PADA PURCHASE INTENTION. . *Jurnal Ilmu Manajemen.*
- Hassan, W. S. (2016). ffect of Brand Popularity on Customer Pre-Purchase Dissonance, Customer Satisfaction and Brand Trust: A Study of Household Appliances Industry in Pakistan. *In Conference Paper.*
- Ho, C. F. (1999). Antecedents of customer satisfaction on the Internet: an empirical study of online shopping.
- Hu, X. Z. (2018). Employees' reactions to customer mistreatment: The moderating role of human resource management practices. *Work & Stress,*, 49-67.
- Hume, D. (2006). An enquiry concerning the principles of morals (Vol. 4).

Oxford University Press.

Irfansius, K. &. (2021). Pengaruh Brand Image, Service Quality, Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Sicepat Di Jabodetabek. . *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*,.

Jannah, R. (2019). The Influence of Product Quality and Promotion on. 205.

Jørgensen, S. P. (2020). The value of circulating microRNAs for early diagnosis of B-cell lymphoma: A case-control study on historical samples. *Scientific Reports*,.

Kho, C. a. (2014). The Effects of Popularity: An Online Store Perspective. *ResearchGate*.

Koller, A. d. (2010). Pengertian kualitas produk.

Kominfo. (2019, Februari 28). *Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*. Diambil kembali dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media

Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.

Kumparan. (2022, September 22). *Survei: Social Commerce Makin Diminati, 86% Masyarakat Belanja Melalui Medsos*. Diambil kembali dari KumparanTech: <https://kumparan.com/kumparantech/survei-social-commerce-makin-diminati-86-masyarakat-belanja-melalui-medsos-1yuQIZYCRn6>

- Kusdyah, I. (2012, April). *Persepsi harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya)*. . Diambil kembali dari Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 7, No. 1: <http://scholar.unand.ac.id/29241/4/DAFTAR%20P>
- Malik, M. E. (2012). Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector. *International journal of business and social science*, 123-129.
- Marenda, P. (2019, Maret 20). *fungsi media sosial mengetahui kelebihan dan kekurangannya* . Diambil kembali dari Liputan 6 :
<https://www.liputan6.com/citizen6/read/3921529/fungsi-internet-mengenal-kelebihan-dan-kekurangannya>
- Maulida, L. (2022, April 27). *Jumlah Pengguna Internet Dunia Tembus 5 Miliar, Online Hampir 7 Jam Sehari*. Diambil kembali dari Kompas.com:
<https://tekno.kompas.com/read/2022/04/27/18320087/jumlah-pengguna-internet-dunia-tembus-5-miliar-online-hampir-7-jam-sehari#:~:text=Menurut%20laporan%20itu%2C%20jumlah%20pengguna,mencapai%207%2C93%20miliar%20orang.&text=Jumlah%20pengguna%20internet%20pada>
- Moh, K. (2022, Desember 2922). *Menarik Minat Beli Ulang Konsumen pada TikTok Shop*. Diambil kembali dari Kompasiana:
<https://www.kompasiana.com/kholilmoh/63a3ec01375dd11f47016592/menarik-minat-beli-ulang-konsumen-pada-tiktok-shop>

Mohsan, F. N. (2011). Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. . *International Journal of Business and Social Science*.

Monavia. (2022, November 16). *Pengguna TikTok Dunia Capai 1,53 Miliar pada Kuartal III/2022*. Diambil kembali dari DataIndonesia:

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-dunia-capai-153-miliar-pada-kuartal-iii2022>

Monavia. (2022, Juli 12). *Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia*.

Diambil kembali dari dataIndonesia:

<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>

Mutia, C. (2022, Maret 23). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Diambil kembali dari Databoks:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>

Naz, S. A.-u.-H. (2023). Relationship between brand innovativeness and customer satisfaction: a moderated mediation model from Generation M perspective. . *Journal of Islamic Marketing, (ahead-of-print)*.

Newsham, G. R. (2002). Lighting quality evaluations using images on a high dynamic range display. *In ARCC Conference Repository*.

Newsham, G. R. (2002). Lighting quality evaluations using images on a high dynamic range display. . *In ARCC Conference Repository*.

Nisaa, V. &. (t.thn.). Persepsian risiko, kepuasan, citra harga dan niat beli ulang menggunakan m-commerce: Peran kepercayaan dan sensitifitas harga sebagai pemoderasi. *urnal Kajian Manajemen Bisnis*, 10(2), 91-105.

Nurhanisah, Y. (2023, Maret). *Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi*.

Diambil kembali dari <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2C03%20juta%20pengguna.>

Olaru, D. P. (2008). From customer value to repurchase intentions and recommendations. . *ournal of Business & Industrial Marketing*.

Panzy Syaparilwadi1, A. W. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN.

Pasuhuk, I. A. (2019). Pengaruh Inovasi dan Brand Image terhadap Repurchase Intention dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening. 469.

Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Tiktok Shop. (2023). Diambil kembali dari journal laaroiba: <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/reslaj/article/view/1693/2363>

Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar! (2021, November 9). Diambil kembali dari Ginee.com: <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>

Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia. (2021, April). Diambil kembali dari Databoks.id:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

Pham, Q. T. (2018). Relationship between convenience, perceived value, and repurchase intention in online shopping in Vietnam.

Puspa, A. (2022). *TikTok Luncurkan TikTok Shop, Apa Sih Itu ?* Diambil kembali dari Campus Digital: <https://campusdigital.id/artikel/tiktok-luncurkan-tiktok-shop-apa-sih-itu-?ref=farisfanani#:~:text=Pada%2017%20April%202021%2C%20secara,la ncar%2C%20menyenangkan%2C%20dan%20nyaman.>

Pusparani, P. A. (2014). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan kamera canon digital single lens reflex (dslr) di kota denpasar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*,.

Puspitasari, A. D. (2009). *STUDI PENINGKATAN MINAT BELI ULANG NASABAH (Studi Empiris pada PERUM Pegadaian Cabang Pedurungan Semarang)*. Diambil kembali dari Jurnal Sains Pemasaran Indonesia : <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/14331>

Rahmanda, F. (2020). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. X, No. I. 867. Diambil kembali dari undip.ac.id: <https://ejournal3.undip.ac.id> > article > download

Rahmat, D. (t.thn.). Diambil kembali dari http://file.upi.edu/Direktori/FPBS/JUR._PEND._BAHASA_ARAB/195204141980021-DUDUNG_RAHMAT_HIDAYAT/HAKIKAT_DAN_MAKNA_NILAI.p

Df

Rajaobelina, L. &. (2009). Antecedents and consequences of buyer-seller relationship quality in the financial services industry.

Rakhmaya, I. (2023, Januari 12). *TikTok Shop Murah Bikin Shopee Ketar-ketir, Cek Hitungannya!* Diambil kembali dari CNBC :

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230113133155-37-405271/tiktok-shop-murah-bikin-shopee-ketar-ketir-cek-hitungannya>

Redaksi. (2023, Januari 13). *Transaksi TikTok Shop Meroket di 2022, Shopee-Tokopedia Siap-Siap Bakal Lesu!* Diambil kembali dari voi.id:

<https://voi.id/teknologi/244447/transaksi-tiktok-shop-meroket-di-2022-shopee-tokopedia-siap-siap-bakal-lesu>

RIYANINGTYAS, S. Z. (2021). pengaruh Respon Positif Advertising Instagram Feed Terhadap Niat Pembelian Konsumen Pada Akun Instagram Kosmetik “Somethinc”.

Rizeki, D. N. (2022, Januari 27). Diambil kembali dari majoo.id:

<https://majoo.id/solusi/detail/ecommerce-adalah>

Siahaya, J. C. (2021). Analisis pengaruh dimensi application design, customer service, security and privacy, dan fulfilment terhadap customer satisfaction dan repurchase intention pelanggan Blibli.com di Surabaya.

Sirdeshmukh, D. (2002, Januari). *Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges*. Diambil kembali dari ResearchGate:

researchgate.net/publication/233894779_Consumer_Trust_Value_and_Lo

yalty_in_Relational_Exchanges

Stock, R. M. (2011). How does product program innovativeness affect customer satisfaction? A comparison of goods and services. *Journal of the Academy of Marketing Science*,.

Sugiono. (2007). Diambil kembali dari

<https://eprints.uny.ac.id/53563/4/3.%20BAB%20III%20FIX.docx%20CPD>

F.pdf

Sumara, R. &. (2020). Service Quality, Customer satisfaction, Brand Trust And Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*.

Susanti, E. &. (2022). NIAT BELI ULANG GENERASI Z DAN MILLENNIAL DALAM MENGGUNAKAN E-COMMERCE: ditinjau dari E-wom, Kepercayaan dan Resiko. *The Journal of Business and Management*, 5(3), 550-566.

Tandon, U. K. (2017). Customer satisfaction as mediator between website service quality and repurchase intention: An emerging economy case.

Tasik. (t.thn.). Diambil kembali dari

http://repository.upi.edu/11686/6/kd_Tasik_1004123_Chapter3.pdf

TikTok Shop, Aplikasi Media Sosial yang Bikin Bisnis Makin Cuan. (t.thn.).

Diambil kembali dari Jubelio: https://jubelio.com/2021/tiktok-shop-adalah/#Mempunyai_Banyak_Pengguna_Aktif

Tjiptono, F. &. (2011). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*.

Tsiotsou, R. (2006). The role of perceived product quality and overall satisfaction on purchase intentions. . *International journal of consumer studies*, 30(2), , 207-217.

Wang, G. C. (2021). Electrocatalysis for CO 2 conversion: from fundamentals to value-added products. *Chemical Society Reviews*.

Widiandita, B. K. (2020). The effect of perceived brand leadership towards consumer satisfaction and repurchase intention on e-commerce website. . *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*.

Wiryana, N. Y. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Bisnis E-Commerce. . *urnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 217-223.

Wood, L. C.-R.-N. (2016). Green hospital design: integrating quality function deployment and end-user demands. . *Journal of Cleaner Production*, 903-913.

Yuan, R.-K. X. (2011). The forms of alkalis in the biochar produced from crop residues at different temperatures. *Research Gate*.

Zuriah, N. (2009). Diambil kembali dari UMM:

<https://eprints.umm.ac.id/35379/4/jiptummpp-gdl-gatisukmar-48623-4-babiii.pdf>