

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, M. (2015). *Metode penelitian kuantitatif*. Aswaja pressindo.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, B., & Hurriyati, R. (2016). *Manajemen corporate & strategi pemasaran jasa pendidikan*.
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “OM-JEK” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2).
- Anggundini, S. (2015). Pria China Tak Sadarkan Diri Usai Main *Game Online* 14 Hari. In *Liputan6.com*. <http://video.liputan6.com/global/pria-china-tak-sadarkandiri-usai-main-game-online-14-hari-2229763>
- Arief, G. M., & Millanyani, H. (2015). Pengaruh social media marketing melalui instagram terhadap minat beli konsumen sugar tribe. *EProceedings of Management*, 2(3).
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Rajagrafindo Persada.
- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2019). Keamanan, Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan Sebagai Pemicu Minat Beli *Customer Online Shop* Elevenia. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(2), 203–218.
- Daryanto, D. (2013). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. *Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera*.
- Dihni, V. A. (2022). *Pendapatan Aplikasi Game Seluler Naik Terus dalam 5 Tahun Terakhir*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/12/pendapatan-aplikasi-game-seluler-naik-terus-dalam-5-tahun-terakhir>
- Ediyanto, E., & Pramesthi, R. A. (2022). Pengaruh Lokasi Dalam Menentukan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Makan Ayam Pedas Hj Rupini Di Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(5), 1029–1038.

- Febrianza, R., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada *E-Commerce* Shopee (Studi Pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa STEI Jakarta) *Influence Of Promotion Mix On Repurchase Intention In E-Commerce Shopee (Study of Shopee Application Users In STEI Jakart. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Shopee (Studi Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa STEI Jakarta)/Influence Of Promotion Mix On Repurchase Intention In E-Commerce Shopee (Study of Shopee Application Users In STEI).*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23.*
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). Multivariate data analysis 6th Edition. In *Pearson Prentice Hall. New Jersey. humans: Critique and reformulation. Journal of Abnormal Psychology* (Vol. 87).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2019). *Multivariate data analysis 6th edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey. Humans: Critique and Reformulation. Journal of Abnormal Psychology, 87, 49–74.*
- Hapsari, B. C., & Astuti, S. R. T. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online Lazada dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management, 11(2).*
- Harmazi, R., & Trihudiyatmanto, M. (2022). *Store Athmosphere* dalam Dimensi dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah, 2(6), 1–14.*
- Irawan, I. A. (2018). *Effect of trust, convinience, security and quality of service on online purchase decision (consumer case study in tangerang selatan area).* *Jurnal Ekonomi, 23(1), 114–122.* <https://doi.org/10.24912/je.v23i1.337>
- Islamiyah, N., Hidayati, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada pengguna *E-commerce* Shopee Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 9(16).*
- Kasmir. (2014). Bank dan Lembaga Keuangan lainnya. In *PT RajaGrafindo*

- Persada, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Keller, K. L. (2012). *Strategic brand management: (4th edition)*. Pearson Prentice Hall.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2015). *Holistic marketing: a broad, integrated perspective to marketing management*. In *Does Marketing Need Reform?: Fresh Perspectives on the Future* (pp. 308–313). Routledge.
- Kotler, A., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing. Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Pearson/Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th global ed.)*. England: Pearson, 803–829.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Μάρκετινγκ μάνατζμεντ*. Κλειδάριθμος.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Vol. 4). Yogyakarta: PANDIVA BuKu.
- Kurniawan, D. F., Suroso, I., & Irawan, B. (2014). Analisis Pengaruh *Customer Retention Program (CRP)* terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah tabungan PT. BNI 46, Tbk Cabang Jember. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 13(1).
- Lidwina, A. (2020). *Orang Indonesia Paling Banyak Bermain Gim di Smartphone*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/26/orang-indonesia-paling-banyak-bermain-gim-di-smartphone>
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi*.
- Muiz, M., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang di Mediasi Variabel Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen GrabBike Online di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(10).
- Nanda, S. A. (2021). *Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Roti Saimen Jambi*. Universitas Batanghari.
- Ningrum, D. W. (2014, November 18). Remaja Habiskan Rp 562 Juta Main Game di Ponsel. *Liputan6.Com*.

<https://www.liputan6.com/teknoread/2135237/remaja-habiskan-rp-562-juta-main-game-di-ponsel>

- Nisa, A. S. (2018). *Analisis pengaruh harga kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang dalam berbelanja online di instagram (studi empiris pada mahasiswa universitas muhammadiyah surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Olson, J. C., & Paul, P. J. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Sembilan. Buku, 2*.
- Prawira, J. V., & Sidharta, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menciptakan Minat Penggunaan Ulang Pada Personal Shopper Service*.
- Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2020). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab di PT. Sido Muncul Kebon Jeruk). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di PT. Sido Muncul Kebon Jeruk), 15*.
- Rizki, D. K., & Aprileny, I. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics di Mall Metropolitan Bekasi). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics Di Mall Metropolitan Bekasi)*.
- Rusydi, M. (2017). *Customer Excellence*. (N. Aedi, Ed.). Gosyen Publishing.
- sugiyono. (2016). *Quantitative, Qualitative, and R&D*.
- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. A. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Kota Denpasar. WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata, 1(1), 290–302*.
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). *Explanatory Survey Dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. Jurnal*

Pendidikan Sains Dan Komputer, 3(01), 10–16.

- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat pembelian ulang dan kepuasan pelanggan online shopping pada remaja di SITUBONDO. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2).
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen best autoworks. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Shafiee, M. M., & Bazargan, N. A. (2018). Behavioral customer loyalty in online shopping: The role of e-service quality and e-recovery. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(1), 26–38.
- Sugiyono. (2017:19). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). Pemasaran “Esensi dan Aplikasi”, Edisi 1. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh relationship marketing, keamanan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *online shop dan loyalitas* konsumen sebagai *variabel intervening* (Studi kasus pada onlineshop “Numira” Semarang). *Journal of Management*, 2(2).
- Usman, O., & Anshorulloh, A. (2019). *Effect of Customer Satisfaction, Trust, Price And Quality Service on Repurchase Interests in Online Shop. Trust, Price And Quality Service on Repurchase Interests in Online Shop (December 31, 2019)*.
- Yandi, D. R., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Pengguna *E-Commerce* Situs blibli. com dengan Kepuasan sebagai *Variabel Intervening* pada Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(3), 67–77.