

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024). 5 *E-Commerce* dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023). databoks.katadata.co.id.
- Adoe, V. S., Yusefiana, M., Lubis, R. & Harahap, M., (2022). Buku Ajar *E-Commerce*. Palu: Cv. Feniks Muda Sejahtera.
- Agustina, A., & Julitriarsa, D. (2022). Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk *Skincare* di *E-Commerce* Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. ISSN: 2721-3102. Volume 2(2). Hal 275-286.
- Ahmadi, F. et al. (2018). Pengaruh Perdagangan *Online* Terhadap Perilaku Masyarakat Kota Semarang. *Jurnal Riptek*. ISSN: 2716-3482. Volume 12(2), Hal 107-118.
- Ailudin, M., & Sari, D. (2019). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan One Eighty Coffee Bandung). *Eproceedings Of Management*. ISSN : 2355-9357. Volume 6(1). Hal 1050-1057.
- Amelina, W., Samsudin, A., & Ramdan, A. M. (2020). Minat Beli Ulang Berdasarkan *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction*. *Budgeting: Journal Of Business, Management And Accounting*. ISSN: 2715-2480. Volume 2(1), Hal 325-334.
- Annur, C. M. (2023). Indonesia Mendominasi Jumlah Penduduk Di Asia Tenggara, Berapa Besarnya?. databoks.katadata.co.id.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada *Official Store* Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*. ISSN: 1858 – 1358. Volume 2(2). Hal 62-75.
- Ardianto, P. (2024). 1,5 Juta Anak Muda Kesulitan Bayar Pinjol. investor.id.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Biteship. (2023). Solusi Status Paket Tidak Bergerak dari Berbagai Ekspedisi. biteship.com.
- Buana, G. (2024). Shopee Raih Peringkat Tertinggi dalam Kepuasan Konsumen *E-Commerce* versi IPSOS. mediaindonesia.com.

- Cahyani, A., Gunadi, I. M. A., & Mbulu, Y. P. (2019). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* Pada PT. Traveloka Indonesia. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*. ISSN: 2541-4488. Volume 4(1). Hal 25-36.
- Chaidir. et al. (2021). Buku Pedoman Skripsi Program Studi Manajemen Edisi 2021. Bogor: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan.
- Cloudmatika. (2022). Memahami Cara Mengatasi *Server Down* Dengan Mudah dan Penyebabnya. cloudmatika.co.id.
- Diyanti, S., Yuliniar, Y., & Suharyati, S. (2020). *Customer Experience*, Kepuasan Pelanggan Dan *Repurchase Intention* Pada *E-Commerce* Shopee. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*. ISSN: Volume 2(1), Pp. 677-689.
- Friends, B. (2022). Flash Sale Diskon Gercep Serba Rp12. blibli.com.
- Gaertner, N. & Smith, M. (2001). *E-Commerce In A Web-Based Environment*. *Managerial Auditing Journal*. ISSN: 0268-6902. Volume 16(6). Hal 347-365.
- Handriningsih, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *E-Commerce* Blibli.Com. Skripsi. Universitas Satya Negara Indonesia.
- Hasniati, H. et al. (2021). Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* Produk Online dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening. *Management and Accounting Research Statistics*. ISSN: 2777-130X. Volume 1(2). Hal 1-10.
- Indrasari, M., (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Insyra, D. B. & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh *Customer Experience*, *Trust* dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Reservasi Tiket Pesawat di Traveloka. *SEIKO: Journal of Management & Business*. ISSN: 2598-8301. Volume 5(2). Hal 73-81.
- Junaedi, N. (2022). Apa Itu *Customer Experience*?, Tujuan, 4 Langkah Penilaiannya. Ekrut Media.
- Kasmir, (2022). Pengantar Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. et al., (2022). *Marketing Management. Sixteenth Edition*. United Kingdom: Pearson Education Inc.
- Kuncoro, M., (2013). Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi. Bogor: Erlangga.

- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi)*. Alfabeta.
- Merdeka, R. M. (2022). Pengertian, Keunggulan, dan Kekurangan *E-Commerce*. greatdayhr.com.
- Meyer, C. & Schwager, A., (2007). *Understanding Customer Experience*. *Harvard Business Review*. ISSN: R0702G. Hal 1-11.
- Nilsson, J. & Wall, O. (2017). *Online Customer Experience, Satisfaction And Repurchase Intention For Online Clothing Retailing*. *Master Of Science In Marketing and Consumption*. Hal 1-22.
- Nurosoft (2023). Penyebab Server Down dan Cara Mengatasinya. nurosoft.id.
- OCBC. (2022). 10 Sebab Kartu Kredit Tidak Bisa Untuk Transaksi & Solusinya. ocbc.id.
- Peburiyanti, D & Sabran. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini di Tenggaraong. *Jurnal Ekonomi Manajemen Indonesia (JEMI)*. ISSN: 1411-9560. Volume 20(1). Hal 29-39.
- Prabawa, I. M. A. et al. (2023). *Customer Experience Dan Brand Image Untuk Membangun Kepuasan Konsumen dan Repurchased Intention Konsep dan Aplikasi*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Pradana, A. S. et al. (2023). *E-Commerce*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Prathama, F. & Sahetapy, W. L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen *E-Commerce* Lazada. *Agora*. Volume 7(1).
- Prawoto, A. T. B. (2019). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- PressRelease. (2021). Blibli Jadi *E-commerce* Pertama di Indonesia yang Gunakan Solusi SAP *Commerce Cloud* untuk Memperluas ke Jaringan B2B. pressrelease.kontan.co.id.
- Purba, C. N., & Mustikasari, A. (2020). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Kai Access. *Eproceedings Of Applied Science*. ISSN: 2442-5826. Volume 6(2). Hal 1092-1101.
- Rachmat, Z. et al. (2023). *Strategi Pemasaran*. Padang: Pt. Global Eksekutif Teknologi.

- Rachmawati, D. (2024). YLKI Ungkap Pengaduan Konsumen Terbanyak Di Sektor *E-Commerce*. *ekonomi.bisnis.com*.
- Riyanto & Hatmawan. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen. Sleman: Deepublish.
- Septiawan, A. (2024). Kecewa dengan *Refund* Blibli yang Tidak Kunjung Selesai. *mediakonsumen.com*.
- Silalahi, P. R. & C., (2023). Ekonomi Digital: Perkembangan Bisnis Digital, Pemasaran Digital, *Ecommerce*, *Fintech* Berbasis Syariah dan *Homoislamicus* dalam Perilaku Konsumen. Medan: CV Merdeka Kreasi Group.
- Sinarto, H. (2024). Pengalaman Buruk Membeli *PowerBank* Kiip di Blibli.com. *mediakonsumen.com*.
- Singarimbun, M. (2011). Metode Penelitian Survei. Jakarta: Pustaka Lp3es.
- Sugiyono, (2013), Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta, Cv.
- _____, (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta, Cv.
- _____, (2021). Metode Penelitian Tindakan Komprehensif. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Tarson. (2024). Masalah *Top Up* Saldo BNI TapCash melalui Blibli. *mediakonsumen.com*.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2015). Pelanggan Puas? Tak Cukup!. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Umar, H. (2005), Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis, Jakarta: Grafindo Persada.
- Usvita, M. et al. (2023). Manajemen Pemasaran *E-Commerce*. Padang: Cv. Gita Lentera.
- Wijaya, Z. R. & Sanusi, F. D. (2021). Pengaruh *Customer Experience*, *Location*, dan *Product Diversity* Terhadap *Repurchase Intention*. *CAKRAWALA – Repositori IMWI*. ISSN: 2620-8814. Volume 4(2). Hal 207-217.
- Witi, F. L. (2021). Membangun E-Commerce Teori, Strategi Dan Implementasi. Banyumas: CV. Amerta Media.
- Wiyata, M. T., Putri, E. P. & Gunawan, C. (2020). Pengaruh *Customer Experience*, *Ease Of Use*, dan *Customer Trust* Terhadap *Repurchase Intention* Konsumen

Situs Jual Beli *Online* Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi. *CAKRAWALA – Repositori IMWI*. ISSN: 2620-8814. Volume 3(1). Hal 11-21.

Yanti, S. D., Astuti, S. & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja *Online* dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Tiktok *Shop*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*. ISSN: 2621-8291. Volume 7(1). Hal 47-61.