

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, H. Rifa'i. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Cetakan Pe. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Agustini, Ni Komang, and Tjok Gede Raka Sukawati. "Peran Perceived Quality Memediasi Price Dengan Perceived Value." *E-Jurnal Manajemen Unud* 6, no. 6 (2017): 3022–50.
- Al, Lameshow Stanley et. *Adequacy of Sample Size in Health Studies*, 1990.
- Amunawati, Dimas Megarani Putri. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan Dan Manfaat Yangdirasakan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada E-Commerce Sociolla (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 9, no. 2 (2021): 1–27.
- Anwar, Muhadjir. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Cetakan pe. Banyumas: Sasanti Institute, 2019.
- Basyar, Khoirul, and Sanaji. "Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online." *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 8, no. 2 (2018): 204–17.
- Bloom, Nicholas, and John Van Reenen. "濟無No Title No Title No Title." *NBER Working Papers*, 2013, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>.
- Bo Shang, Zheshi Bao. "No TitleStudy, How Repurchase Intention Is Affected in Social Commerce?: An Empirical." *Journal of Computer Informaytion System*, 2020.
- Dhaniswari, Ida Ayu Gede Tantyani, and I Putu Gde Sukaatmadja. "Kepercayaan Memediasi Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Niat Beli Ulang Di Heaven Flow Decoration Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 10, no. 10 (2021): 968. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i10.p02>.
- "Dominasi Pasar E-Commerce, Shopee Unggul Dari Para Pemain Lain," 2023. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain>.
- Fandy Tjiptono, Anastasia Diana. *Total Quality Management (TQM)-Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2001.
- Ferdinand, August. *Structural Equation Modelling Pada Kajian Manajemen*, n.d.
- Ferdinandus, Leonora, and Stevanus Johan Gomies. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Intensitas Pembelian." *PUBLIC POLICY (Jurnal*

- Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis* 2, no. 1 (2021): 122–41. <https://doi.org/10.51135/publicpolicy.v2.i1.p122-141>.
- Firmawan Adixio, Riko, and Laila Saleh. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria Di Surabaya.” *Journal of Business and Banking* 3, no. 2 (2013): 151. <https://doi.org/10.14414/jbb.v3i2.233>.
- Gainau, Maryan B. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT. Kanisius, 2021.
- Ghazali, Imam. *Model Persamaan Struktural Konsep Serta Aplikasi Dengan Progam AMOS 24*, n.d.
- Gunawan, WindaSumantyo, Riwi Putri, Novi Tri putri. “EFFECT OF TRUST, PERCEIVED EASE OF USE, AND PERCEIVED USEFULNESS ON REPURCHASE INTENTION FINANCIAL TECHNOLOG(STUDY OF ELEVEN MARET UNIVERSITY STUDENT).” *Journal of Applied Economics in Developing Countries* 7 (2022): 60–69.
- Hasniati, Hasniati, Dewi Pratiwi Indriasar, and Arief Sirajuddin. “Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Produk Online Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variable Intervening.” *Management and Accounting Research Statistics* 1, no. 2 (2021): 11–23. <https://doi.org/10.59583/mars.v1i2.10>.
- “Intip Data Penjualan Kosmetik Wajah Terlaris Di Shopee Dan Tokopedia: Brand Makeup Lokal Kuasai Pasar!” Accessed March 7, 2024. <https://compas.co.id/article/brand-makeup-lokal/>.
- Jonathan, Hansel. “Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Berdampak Pada Customer Loyalty PT Bayu Buana Travel Tbk.” *The Winners* 14, no. 2 (2013): 104. <https://doi.org/10.21512/tw.v14i2.650>.
- Latan, Hengky. *Model Persamaan Struktural Teori Dan Implementasi AMOS 21.0*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Latifah, Nunuk, Anna Widayani, and Rani Arifah Normawati. “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee.” *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 14, no. 1 (2020): 82. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.13550>.
- M. Reza Sulaiman, Dinda Rachmawati. “Sejarah Panjang Kosmetik Halal Indonesia Bersama Wardah,” 2019. <https://www.suara.com/lifestyle/2019/04/16/103211/sejarah-panjang-kosmetik-halal-indonesia-bersama-wardah?page=all>.
- Michelle Olivia, Nony Kezia Marchyta. “The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance

- Intention: Interveming of Customer Satisfaction.” *Jurnal Teknik Industri: VJurnal Keilmuan Dan Aplikasi Teknik Industri* 24 (2022): 13–22.
- Mukarromah, Mukarromah. “Pengaruh Perceived Value Terhadap Purchase Intentions Dimediasi Customer Satisfaction.” *Management and Business Review* 3, no. 1 (2019): 49–56. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i1.4802>.
- Munawwar, Hilman, and Deddy Saefuloh. “Pengaruh Nilai Yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Sepatu Olahraga Merek Lokal Dan Internasional.” *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* Volume 10, (2019): 851–61. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1502>.
- Nadhilah Putri Nashfati Sarjana, Naili Farida, Agus Hearmani Daryanto Seno. “Pengaruh Servicecape Dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction (Pada Restoran Hello Taichan Kota Surakarta).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11 (2022): 567–75.
- Nofiyanti, Gunarso Wiwoho. “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Value Terhadap Online Repurchase Intention Pada Maketplace Shopee Di Kecamatan Kebumen Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 2 (2020): 281–90.
- Nurliasa. “Inovasi Terbaru Shopee Dengan Fitur Cek Fakta,” 2023. <https://jabarekspres.com/berita/2023/08/29/inovasi-terbaru-shopee-dengan-fitur-cek-fakta/>.
- Nurul Hasanah. “3 1,2,3” 2, no. 9 (2022): 3039–46.
- Pangaribuan, Lina. “Efek Samping Kosmetik Dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan.” *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera* 15, no. 2 (2017): 20–28. <https://doi.org/10.24114/jkss.v15i2.8771>.
- Pebruary, Hadi Ismanto dan Silviana. *Aplikasi SPSS Dan Eview Dalam Analisis Data Penelitian*. Cetakan Pe. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2021.
- “Pendiri Shopee Dan Kisah Perjalanan Karirnya.” Accessed February 20, 2023. <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/>.
- Persepsi, Pengaruh, and Kemudahan Menggunakan. “PERSEPSI MANFAAT SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO E-WALLET OVO A . Pendahuluan Pembelian . Jika Dahulu Konsumen Harus Datang Langsung Ke Toko Maka Saat Ini Tidak Perlu Datang Ke Secara Gratis Di Google Play Store Dan App Store . Perilaku Mina,” n.d., 1–9.
- Prawita, Dika, Ambar Lukitaningsih, and Henny Welsa. “ANALISIS

- PRICE DISCOUNT DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MENGGUNAKAN FINTECH MELALUI INTERVENING CUSTOMERS SATISFACTION (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Gopay Di Kota Yogyakarta).” *Upajiwa Dewantara* 4, no. 2 (2021): 147–60. <https://doi.org/10.26460/mmud.v4i2.8796>.
- Prayanthi, Ika, Erienika Lompoliu, Ricky Devito Langkedeng. “THE EFFECT OF SYSTEM QUALITY, INFORMATION QUALITY AND PERCEIVED USEFULNESS ON ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM USER SATISFACTION.” *Klabat Accounting Review* 1 (2020).
- Purnami, Ni Made, and I Nyoman Nurcaya. “Pengaruh E-Trust, Perceived Usefulness Dan E-Satisfaction Terhadap Online Repurchase Intention.” *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi (Senastek)*, 2015, 1–8. e-trust, perceived usefulness, e-satisfaction dan online repurchase intention.
- Putra, Aldi Aprilia, and Kristina Anindita Hayuningtias. “Customer Satisfaction Pengaruh Manfaat Yang Dirasakan , Kemudahan Yang Dirasakan , Dan Kepercayaan” 4, no. 6 (2023): 6085–94.
- “Rahasia Wardah Jadi Salah Satu Brand Kosmetik Yang Mendunia.” Accessed March 10, 2024. <https://www.belajarlagi.id/case-study-marketing/rahasia-wardah-jadi-salah-satu-brand-kosmetik-yang-mendunia>.
- Ramadhani, Farah. “Intip Data Penjualan Kosmetik Wajah Terlaris Di Shopee Dan Tokopedia: Brand Makeup Lokal Dan Impor Bersaing Sengit!,” 2022. <https://compas.co.id/article/brand-makeup-lokal/>.
- Ratri, Shafira Fitri Cahyaning, and Anas Hidayat. “Anteseden Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang.” *Telaah Bisnis* 21, no. 1 (2021): 31. <https://doi.org/10.35917/tb.v21i1.187>.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Cetakan pe. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2022.
- Saputri, Aprilia Maha, and Endang Kiswara. “Pelanggaran Pajak” 8 (2019): 1–14.
- “Sejarah Panjang Kosmetik Wardah Hingga Sukses Jadi Brand Ternama,” 2022. <https://liramedia.co.id/read/sejarah-panjang-kosmetik-wardah-hingga-sukses-jadi-brand-ternama->.
- “Sejarah Shopee Di Indonesia: Marketplace Sukses Di Tanah Air,” 2021. <https://ginee.com/id/insights/sejarah-shopee-indonesia/>.
- Sri Wiryani Putri, Amie Kusumawardhani. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Kepuasa Pelanggan BRT Trans Semarang.” *Diponegoro Journal of Management* 4 (2015): 1–9.

- Supaat, Aris, Nur, Hakim, Arif, Karim, Abdul, et al. "Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana." *Lpm*, 2018, 1–56.
- Suryani, Devi, Ermansyah, and Saipul Al Sukri. "Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek." *Indonesian Journal of Business Economics and Management* 1, no. 2021 (2020): 11–19.
- Suryani, Dias Harum, Surya Bintarti, and Joni Heruwanto. "Sales Promotion Memoderasi Nilai Yang Dirasakan Dan Harga Terhadap Revisit Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen Produk J.CO Donuts & Coffee." *Journal on Education* 5, no. 4 (2023): 16866–82. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2894>.
- "TENTANG WIM," n.d. <https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/about>.
- Veronika Lee, Seungwook Park, DonHee Lee. "The Effect of E-Commerce Service Quality Factors on Customer Satisfaction, Purchase Intention, and Actual Purchase in Uzbekistan." *Global Business & Finance Review* 27 (2022): 56–74.
- "Wardah." Accessed March 5, 2024. <https://id.wikipedia.org/wiki/Wardah>.
- Wardoyo, Siswoyo Haryono dan Parwoto. *STRUCTURAL EQUATION MODELING Untuk Pnelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. Jawa Barat: PT. Intermedia Personalia Utama, n.d.
- Yo, Pei Woon, Daisy Mui Hung Kee, Jia Wen Yu, Meng Kui Hu, Yen Ching Jong, Zubair Ahmed, Sai Ling Gwee, Omkar Gawade, and Rajesh Kumar Nair. "The Influencing Factors of Customer Satisfaction: A Case Study of Shopee in Malaysia." *Estudios de Economia Aplicada* 39, no. 12 (2021): 1–16. <https://doi.org/10.25115/eea.v39i12.6839>.
- Yogarta Awawa Prabaning Arka, Agung Dwi E. "Bikin Nyaman Pengguna, Shopee Hadirkan Inovasi Terbaru COD Cek Dulu," 2023. <https://money.kompas.com/read/2023/10/04/102800826/bikin-nyaman-pengguna-shopee-hadirkan-inovasi-terbaru-cod-cek-dulu>.
- Yusran, Asep Hermawan dan Husna Leila. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Cetakan Pe. Depok: PT. Desindo Putra Mandiri, 2017.