

## DAFTAR PUSTAKA

- Akuntansi, P., Ekonomi, F., Budiantara, M., Gunawan, H., & Utami, E. S. (2019). *Perceived usefulness , perceived ease of use , trust in online store , perceivedrisk sebagai pemicu niat beli online pada produk umkm “ made in indonesia ” melalui penggunaan E-commerce marketplace perceived usefulness , perceived ease of use , trust in .* 5(1), 19–27.
- Amanah, D. (2018). *Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus Dedy Ansari Harahap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara.* 9(2), 193–213.
- Annur, C. M. (2022). *Situs E-commerce dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia (Agustus 2022).* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-E-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>
- Ariffin, S., Yusof, J. M., Putit, L., & Shah, M. I. A. (2016). Factors Influencing Perceived Quality and *Repurchase Intention* Towards Green Products. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 391–396. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30142-](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30142-)
- Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Etika Bisnis dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1). <https://doi.org/10.33087/eksis.v11i1.177>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2013). *on Multivariate Data Analysis Joseph F . Hair Jr . William C . Black Eight Edition.*
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 198–209.

- Hidayat, H., & Anastasyah, D. (2017). Perbedaan Persepsi Tentang Etika Bisnis Pada Mahasiswa Yang Belum Dan Sudah Mempelajari Mata Kuliah Etika Bisnis Pada Prodi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kota Batam. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 5(2), 204. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v5i2.465>
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviws Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741>.
- Imron, I. (2019). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV . Meubele Berkah Tangerang*. 5(1), 19–28.
- Kim, C., Galliers, R. D., Shin, N., Ryoo, J. H., & Kim, J. (2012). Factors influencing Internet shopping value and customer repurchase intention. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(4), 374–387. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2012.04.002>
- Limbu, Y. B., Wolf, M., & Lunsford, D. (2012). Perceived ethics of online retailers and consumer behavioral intentions: The mediating roles of trust and attitude. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 6(2), 133–154. <https://doi.org/10.1108/17505931211265435>
- Lubis, F. S., Rahima, A. P., Isnaini, M., Umam, H., Industri, J. T., Sains, F., Sultan, U. I. N., Kasim, S., Hr, J., No, S., & Baru, S. (2019). *Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling ( SEM )*, 25–31.

- Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32. <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>
- Resa, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di *E-commerce* Shopee. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379.
- Suhaily, L., & Soelasih, Y. (2017). What Effects *Repurchase Intention* of Online Shopping. *International Business Research*, 10(12), 113. <https://doi.org/10.5539/ibr.v10n12p113>
- Tataningtyas, L., & Tjahjaningsih, E. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi E-Trust Serta Dampaknya Pada *Repurchase Intention*. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 55–67. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i1.616>
- Unud, E. M. (2018). *PERAN CUSTOMER SATISFACTION MEMEDIASIPENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP REPURCHASE INTENTION* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia *PENDAHULUAN* Internet merupakan salah satu implementasi kemajuan t. 7(4), 2041–2072.
- Vika Azka Dini. (2021). *Penjualan E-commerce Indonesia Diproyeksi Paling Besar di Asia Tenggara pada 2021*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/21/penjualan-E-commerce-indonesia-diproyeksi-paling-besar-di-asia-tenggara-pada-2021>

Yuniarti, F., R. Arief, H., Meydia, H., & Yevis, M. O. (2022). Online retailers' ethics and its effect on repurchase intention: The mediating role of perceived risk. *Cogent Business and Management*, 9(1).

