

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, R., & Moningka, C. (2017). Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal. *Psibernetika*, 5(2).
- Ali, M., Gazadinda, R., & Rahma, N. (2020). Hubungan antara persepsi dukungan sosial dan resiliensi pada orang tua anak berkebutuhan khusus. *JPPP-Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 9(2), 102-110.
- Annisa, A. N., Suwandari, L., & Adi, P. H. (2019). Analisis Pengaruh Customer Experience, *User Experience*, dan Hambatan Berpindah Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Konsumen GO-JEK di Kota Purwokerto). *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 9(1).
- Anzani, D. R. A., Sudjiwanati, S., & Kristianty, E. P. (2019). HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN SMARTPHONE ADDICTION PADA MAHASISWA PENGGUNA SMARTPHONE DI PROGRAM STUDI S1 TEKNIK ELEKTRO UNIVERSITAS NEGERI MALANG. *PSIKOVIDYA*, 23(2), 190-202. <https://doi.org/10.37303/psikovidya.v23i2.147>
- Audina, M. (2019). Pengaruh kredibilitas, reputasi, dan kemampuan persuasif food bloggers terhadap intensi konsumen dalam memilih sebuah restoran. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(3).
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- CNN Indonesia (2020). Belanja Online Naik 400 persen saat musim Corona. Diakses pada 8 Maret 2021 dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200707172450-92-521925/belanja-online-naik-400-persen-saat-musim-corona>
- Creswell, J. (2015). Riset Pendidikan. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Darmoyo, S., & Sustaningrum, R. (2020). PERAN PERCEIVED RISK DAN GENDER PADA PENGARUH TRUST TERHADAP ONLINE

REPURCHASE INTENTION: A MODERATED MEDIATION ANALYSIS.

Prosiding Working Papers Series In Management, 12(1), 37-55

Detik.com (2021). Tokopedia e-Commerce yang paling banyak dikunjungi pada januari 2021. Diakses pada 8 Maret 2021 dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5469818/tokopedia-e-commerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-pada-januari-2021>

Devi, P., & Sulistyawati, E. (2018). PERAN CUSTOMER SATISFACTION MEMEDIASI PENGARUH ONLINE TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION (Studi pada Konsumen Florist Online di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen*, 7(6), 2856 - 2886. doi:10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i06.p01

Dwitama, R. S. (2021). Pengaruh Brand Image, E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, dan E-Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Pada Konsumen Rentang Usia Produktif Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).

Farah Azzahra (2020). PENGARUH USER EXPERIENCE TERHADAP INTENSI PEMBELIAN ULANG PADA PENGGUNA APLIKASI MOBIL GO-JEK. Sarjana thesis, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA.

Farida, N. (2018). PENGARUH REPUTASI MEREK, KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP REPURCHASE INTENTION KOPERASI SERBA USAHA (KSU) APIKRI (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK KERAJINAN KSU APIKRI YOGYAKARTA). *JURNAL ILMU MANAJEMEN*, 15(1), 18-26.

Febriani, N. M. A., & Ardani, I. K. S. (2021). The Influence of Customer Experience, Ease of Use, and Trust on Repurchase Intention (Case Study of Tokopedia Consumers in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(2), 378-383.

- Fitriana, D., & Yanto, A. (2020). ANALISIS USER EXPERIENCE (UX) FITUR MARKETPLACE FACEBOOK. *JURNAL EKONOMI DAN TEKNIK INFORMATIKA*, 8(2), p47-66. doi:10.37601/jneti.v8i2.151
- Gunawan, H. M., & Sondakh, O. (2020). The impact of hedonic value and utilitarian value on repurchase intention through attitude toward brand: comparison on Tokopedia and Shopee marketplace. *International Journal of Science and Business*, 4(12), 152-163.
- Harinata, A., & Lutfi, A. (2020). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur dan Desain Navigasi Aplikasi Perbankan Berbasis Mobile Terhadap User Experience Nasabah Individu pada PT Bank Central Asia Tbk. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(4), 111-116.
- Hasan, A. (2008). Marketing. Yogyakarta: Media Utama
- Hasan, F. A., Afifudin, A., & Junaidi, J. (2018). Pengaruh Penerapan Sistem Administrasi E-Registration Dan E-Filing Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sidoarjo Utara). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 7(01).
- Hidayattullah, L. R., Tolle, H., & Rokhmawati, R. I. (2019). Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Melijo Menggunakan Metode Human-Centred Design. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN, 2548, 964X*.
- Hutami, N. D., Priyatama, A. N., & Satwika, P. A. (2020). Kepuasan Konsumen dan Intensi Pembelian Ulang Produk Kue Artis pada Mahasiswa. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 25(1), 73-84.
- Imari, S., Lubis, P. H., & Chan, S. (2017). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online dan Pengalaman Pembelian Sebelumnya Terhadap Niat Pembelian Konsumen secara Online dengan Perbedaan Gender Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan*, 8(3).

- Izabal, S., Aknuranda, I., & Az-Zahra, H. (2018). Evaluasi dan Perbaikan User Experience Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) dan Focus Group Discussion (FGD) pada Situs Web FILKOM Apps Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(9), 3224-3232. Diambil dari <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/2202>
- Khakim, M. L., & Sharif, O. O. (2018). Analisis User Experience Aplikasi Go-Jek Menggunakan Heart Metrics. *eProceedings of Management*, 5(1).
- Kompas.com. (2021). Pengguna Internet Indonesia Tembus 200 Juta Hampir Semua “Online” Dari Ponsel. Diakses pada 9 Maret 2021 dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/07020097/pengguna-internet-indonesia-tembus-200-juta-hampir-semua-online-dari-ponsel>
- Kompas.com. (2021). Fakta Mutasi Virus Corona B117 di Indonesia, dari Penyebaran, Gejala, hingga Pencegahannya. Diakses pada 9 Maret 2021 dari <https://www.kompas.com/sains/read/2021/03/08/070200723/fakta-mutasi-virus-corona-b.1.1.7-di-indonesia-dari-penyebaran-gejala?page=all>
- Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2003). *Marketing for hospitality and tourism*(3rded.). Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall. Intl. Inc.
- Kosasi, J., Siregar, N. N., & Elvinawanty, R. (2019). Prokrastinasi akademik ditinjau dari conscientiousness pada mahasiswa Fakultas Teknologi dan Ilmu Komputer Universitas Prima Indonesia. *Insight: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 15(1), 71-84.
- Kurniawan, D. E. (2017). Pengaruh Intensitas Bermain Game Online terhadap Perilaku Prokrastinasi Akademik pada Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas PGRI Yogyakarta. *Jurnal Konseling GUSJIGANG*, 3(1).
- Malindasari, P., Sukartha, I. M., & Wirakusuma, M. G. (2016). PENGARUH DEPRESIASI NILAI RUPIAH PADA RETURN SAHAM DAN VOLUME

PERDAGANGAN SAHAM PERUSAHAAN MULTINASIONAL DI BURSA EFEK INDONESIA. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 5, 4299-4330.

- Maramida, M., Aknuranda, I., & Wardani, N. (2018). Analisis Pengaruh Parallax Scrolling Pada Situs Web Terhadap User Experience. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(10), 4304-4311. Diambil dari <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/2899>
- Muhson, A. (2006). Teknik analisis kuantitatif. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Mulyani, I., & Sulaiman, A. (2021). ANALISIS BUTIR SKALA NEO-PI-R. *UG Journal*, 15(2).
- Nur, H. R., Simanjuntak, M., & Sartono, B. (2020). Evaluasi Lingkungan dan Situasi Ritel Modern dengan ImportancePerformance Analysis untuk Meningkatkan Niat Pembelian Ulang. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 45-55.
- Nurhayati, D., Az-Zahra, H. M., & Herlambang, A. D. (2019). Evaluasi User Experience Pada Edmodo Dan Google Classroom Menggunakan Technique for User Experience Evaluation in E-Learning (TUXEL)(Studi Pada SMKN 5 Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN*, 2548, 964X.
- Pamungkas, H., & Prakoso, A. F. (2020). Self-Regulated Learning Bagi Mahasiswa: Pentingkah?. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 69-75
- Pratama, A. V., Lestari, A. D., & Aini, Q. (2019). ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI ACADEMIC INFORMATION SYSTEM (AIS) MOBILE UNTUK USER-CENTERED METRICS MENGGUNAKAN HEART FRAMEWORK. *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*, 8(3), 405-412.

- Qurananda, A. C., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Peran Customer Value dalam Memediasi Pengaruh Monetary Sacrifice dan Service Benefit Terhadap Repurchase Intention. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 71-81.
- Raharjo, S., & Japariato, E. (2017). Pengaruh *User Experience* Terhadap Behavior Intention to Use Digital Music Streaming Services dengan Attitude Toward Behavior Sebagai Media Intervening. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.
- Rangkuti, A. A. (2017). *Statistika inferensial untuk psikologi dan pendidikan*. Kencana.
- Rodden, K., Hutchinson, H., & Fu, X. (2010). Measuring the user experience on a large scale: user-centered metrics for web applications. In *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (pp. 2395-2398).
- Rosida, R. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI PEMBELIAN KOSMETIK HALAL. *JEBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 4(2), 129-140.
- Saputra, R., Az-Zahra, H., & Wijoyo, S. (2019). Analisis Pengaruh User Experience Portal Berita Terhadap Citra Merek (Studi Pada Portal Berita XYZ). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(8), 7809-7816.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen*, 7(10), 5748-5782.
- Seber, V. (2019). The Effect of Interaction Via Social Media and Past Online Shopping Experience on Repurchase Intention Through Trust in Tokopedia Application Users in Surabaya. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 1(2), 71-92.

- Sunny, R. (2019). Pengaruh Pengalaman Belanja Online, Nilai Kenyamanan Terhadap Niat Pembelian Kembali Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Pelanggan Tokopedia. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(2), 335-343.
- Suseta, P., Rokhmawati, R., & Brata, K. (2019). Evaluasi Pengalaman Pengguna pada Aplikasi E-Commerce Tapp Market Menggunakan Parameter UX Honeycomb. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(6), 6191-6199. Diambil dari <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/5677>
- Susilawati, D. (2017). PENGARUH EXPLOSIVE POWER TERHADAP KETERAMPILAN BOLA VOLI (Studi Penelitian Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Sumedang). *Mimbar Pendidikan Dasar*, 8(1), 25-31.
- Sustaningrum, R. (2020). Peran gender dan perceived risk pada pengaruh trust terhadap online repurchase intention: a moderated mediation analysis. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 396-414.
- Tan, Y. (2019). Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada PT Bank Central Asia Tbk. Studi Kasus KCU Darmo Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6(1), 10.
- Thaheer, A. S. M., Sani, A., Omar, S. A. S., & Zain, Z. M. (2020). Determinants of Repurchase Intention in Online Shopping Among Millennial Students in Bina Nusantara (Binus University) Jakarta, Indonesia. *Asian Journal of Entrepreneurship*, 1(1), 1-12.
- Turban, Efraim., King, David., Lee, Jae Kyu., Liang, Ting-Peng., Turban, Deborah C. (2015). *Electronic Commerce (8th Edition)*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Van Chan, S. A. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman Pembelian Online Sebelumnya Terhadap Minat Pembelian Ulang

- Online Pelanggan Di Tokopedia. *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*.
- Wahyu, A. N., Sulyati, A. T. D., Alzagladi, D. A., Rifdah, S., & Suhud, U. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Repurchase Intention Pelanggan pada Kedai Kopi Lokal. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 1(1), 110-125.
- Widhiani, D. A. P. A., Arthana, I. K. R., & Pradnyana, I. M. A. (2018). Analisa User Experience Pada Sistem Informasi Akademik Universitas Pendidikan Ganesha Ditinjau dari Pengguna Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 15(1).
- Wilson, N., & Keni, K. (2018). Pengaruh website design quality dan kualitas jasa terhadap repurchase intention: Variabel trust sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 291-310.
- Winarni, E. W. (2021). *Teori dan praktik penelitian kuantitatif, kualitatif, PTK, R & d.* Bumi Aksara.
- Winarsunu, T. (2017). *Statistik dalam penelitian psikologi dan pendidikan (Vol. 1)*. UMMPress.
- Winata, E. C., & Kempa, S. (2021). ANALISIS PENGARUH PERCEIVED VALUE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA TOKO EMAS SENTRAL MAKASSAR. *Agora*, 9(1).
- 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. *Cakrawala*, 3(1), 11-21.
- Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka. com). *E-Jurnal Manajemen*, 7(10), 5343-5378.

Yudiatmaja, F. (2013). *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik*. Gramedia Pustaka Utama.

