

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Santoso dan Atik A.2017. The Influence of Perceived Service and E-Service Quality To Repurchase Intention The Mediating Role Of Customer Satisfaction Case Study: Go-Ride In Java. *Jurnal of BusinessAnd Manegement*, Vol. 6 No.1, Halaman 32-43
- Agyapong, Gloria K.Q. 2011. The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in The Utility Industry – A Case Of Vodafone (Ghana). *International Journal of Business And Management*, Vol. 6, No. 5, Halaman 203-210
- Ali Hasan. 2018. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Media Pressdindo. Yogyakarta
- Ali Hasan. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Caps. Yogyakarta.
- Antia Tobagus. 2018. Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Terhadap Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *Jurnal Agora*, Vol.6, No.1, Halaman 1-10
- Angelova, Biljana and Jusuf Z. 2011. Measuring Customer Satisfaction With Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (Acsi Model). *International Journal Of Academic Research In Businees And Social Sciences*, Vol. 1, No.3. Halaman, 232-258
- Bob Foster. 2017. Pengaruh Pengalaman Belanja *Online* Produk Fashion Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang Pelanggan Zalora Serta Berrybenka *Jurnal Kontigensi*, Vol. 5, No. 1, Halaman 68-76
- Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cv. Alfabeta, Bandung.
- Bunga Windy A, Dan Anik Lestawi A. 2016. Pengaruh Kemudahan Dan Emotional Factor Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Olx Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.4, No.3 Halaman 1-14
- Dayang N.M Dan Francine R. 2009. Influence Of Service And Product Quality Towards Customers Satisfaction : A Case Study At The Staff Cafeteria In The Hotel Industry. *International Journal Of Social, Behavioral,*

Educational, Business, And Industrial Engineering, Vol. 3, No. 5.
Halaman 346- 251

- Ella Trisnawati, Agus Suroso, Dan Untung Kumorohadi. 2012. Analisis Faktor-Faktor Kunci Dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (Study Kasus Pada Konsumen Fesh Shop). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, Vol. 19, No. 2, Halaman 126-141
- Erni, Dan Kurniawan. 2017. *Pengantar Manajemen*. Edisi Ke-1. Kencana. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Cetakan Ke-4. Cv Andi. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke-4. Cv Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2016. *Service Quality & Satisfaction*. Edisi Ke-4. Cv Andi. Yogyakarta.
- Frenky P, Dan Wilma L.S. 2019. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Jurnal Agora*. Vol. 7 No.1. Halaman 1-6
- Gong, Jing and Yoo In Seon. 2013. An Emprical Study On The Effect Of E-Service Quality To Satisfaction. *Internasional Journal Of Management And Business Research*, Vol. 2, Issues. 10, Halaman 25-31
- Hanif Danang P dan Dinalestari P. 2016. Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-Security Seals* Terhadap *E-Satisfaction* Melalui Keputusan Pembelian Konsumen *E-Commerce*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.5, No.2., Halaman 1-10
- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Cv Alfabeta. Bandung.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. 2003. *Customer Repurchase Intention*. *European Journal Of Marketing*, Vol. 37, No. 11 Halaman 1762-1800
- I Made Rendy W.A Dan I Wayan S. 2014. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kegunaan yang Dirasakan, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Niat Berbelanja Kembali Pada Situs Tokobagus.Com. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.3. No.10. Halaman 2815-2832
- Ilias Santouridis. 2009. E-Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction and Trust: An Empirical Study on Greek Customers Of Internet Shops. *Journal International Conference on Enterprise Systems, Accounting and Logistics*. pp 17-31
- Irmadhani, dan Mahendra An. 2012. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap

- Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Vol. 1, No.3, Halaman 1-20
- Hashemi, Jafar and Fatemeh. 2014. The Impact Of E-Service Quality On Customer Satisfaction. *Kuwait Chapter Of Arabian Journal Of Business And Management Review*, Vol. 3 No. 6(A), pp 86-94
- Juanim. 2004. *Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran*. Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan. Bandung.
- Juniwati. 2015. Pengaruh Perceived Ease Of Use, Enjoyment Dan Trust Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening Pada Belanja Online. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan* Vol. 4, No. 1, Halaman 140-156
- Kharisma A.P dan Anik Lestari Andjarwati. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan, *E-Factor* Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Produk Purnabakti Btpn Nganjuk). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2 No.3, Halaman 845-856
- Khoirul Basyar Dan Sanaji. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara *Online* Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. Vol. 8, No. 2, Halaman 204-217
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15e Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip And Gary Amstrong. 2016. *Principles Of Marketing*. Global Edition, Pearson.
- Laudon, Kenneth C & Jane P Laudon. 2014. *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital*. Edisi 13. Salemba Empat. Jakarta.
- Made Ayu S.O dan I Made Wardhana. 2018. Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Enjoyment Terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Jasa Travel Online Bali). *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*. Vol. 1, No.2, Halaman 227-237
- Manije Bahraini Z. 2012. The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: Customer of Boushehr Bank Sepah as a Case Study Majid Esmailpour. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. Vol. 3, No.9, pp 1149-1159

- Marisa AP dan Anik LA. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko Online Di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen* Vol. 16 No.1, Halaman 84-104
- M. Fiz Hilmi, Shahrir P and Yanti M. 2012. Perceptions on Service Quality And Ease-Of-Use: Evidence from Malaysian Distance Learners. *Malaysian Journal of Distance Education*. 14(1), 99–110
- Muh Dian Putra Pradana Dan Sanaji. 2018. Pengaruh *E-Service Quality* Dan Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Jasa Uber Motor Di Surabaya) *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 6 No.1, Halaman 1-10
- Puspa C.C dan Retno S. 2017. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile *Jurnal Penelitian Pendidikan*, Vol. 18 No.1, Halaman
- Raies Ahmad, dkk. Customer Attitude and Factors Influencing Users Acceptance of E-Banking in J&K. *International Journal of Business and Management Invention*. Vol 2, July, 2013, pp 68-78
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Resty Meldarianda Dan Henky Lisna S. 2010. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 17, No. 2, Halaman 97-108
- Ratih Hurriyati. 2010. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Cv Alfabeta.
Bandung
- Saiful Riza Dan Sutopo. 2017. Analisis Pengaruh *E-Service Quality*, Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Eloyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol.6, No. 4, Halaman 1-13
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv Alfabeta.
Bandung
- Susatyo Herlambang Dan Bambang Heru Marwoto. 2014. *Pengantar Ilmu Bisnis*. Parama Publishing. Yogyakarta.
- Riduwan Dan Engkos Ak. 2017. *Path Analisis*. Cv Alfabeta. Bandung

Sri Wulan Ayu Lestari. 2019. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Bertransaksi *Online* Melalui Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen, *Ejournal Administrasi Bisnis*, Vol.7, No.1, Hal. 262-275

Taher Alhabsji, dkk. 2013. Effect of Service Quality And Product Quality To Corporate Image, Customer Satisfaction and Customer Trust. *Iosr Journal of Business and Management*. Vol. 9, Issue 6, Halaman 1-9

Yuli Harwani. 2017. Security and Ease of Use Effect on Customers' Satisfaction Shopping In Tokopedia. *Journal of Resources Development and Management An International Peer-Reviewed Journal*, Vol. 33, Halaman 20-30

Zara Ehsani. 2015. Effect of Quality, And Price on Customer Satisfaction And Commitment in Iran Auto Industry. *International Journal of Service, Science, Management and Engineering Malaysian*, Vol.1, No. 5, pp52-56

<https://apjii.or.id> (diakses 2 februari 2019)

<https://iprice.co.id/trend/insights/kilas-balik-e-commerce-indonesia-2017/> (diakses 8 februari 2019)

<https://iprice.co.id/trend/insights/kilas-balik-e-commerce-di-indonesia-tahun-2018/> (diakses 8 februari 2019)

<http://mediakonsumen.com> (diakses 11 februari 2019)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/16/transaksi-e-commerce-indonesia-naik-500-dalam-5-tahun> (diakses 7 maret 2019)

<http://alexa.com> (diakses 9-16 maret 2019)

<https://dailysocial.id/post/mengungkap-layanan-e-commerce-terpopuler-di-indonesia> (di akses 16 maret 2019)

<https://id.beritasatu.com/telecommunication/2019-pengguna-internet-tembus-175-juta/184148> (diakses 16 maret 2019)

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180119144103-185-270193/ylki-lazada-nomor-1-paling-banyak-dikeluhkan> (diakses 18 maret 2019)

<https://dailysocial.id/wire/jaminan-berbelanja-on-line-dalam-lazada-promise/> (diakses 30 maret 2019)

<https://katadata.co.id/opini/2019/04/01/pembatalan-aturan-pajak-e-commerce> (diakses 2 april 2019)

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (diakses 3 april 2019)

<http://surabaya.tribunnews.com/2018/08/10/penetrasi-pengguna-internet-tahun-2018-diprediksi-tumbuh-hingga-60-persen> (diakses 3 april 2019)

<https://katadata.co.id/berita/2019/01/25/ylki-layanan-jasa-keuangan-catat-aduan-konsumen-terbanyak-di-2018> (diakses 19 april 2019)