

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, F., Komariah, K., & Norisanti, N. (2020). Efektivitas *E-Service Quality* dan *Customer Feedback* terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Reddoorz. *Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 9, issue 2 Juni 2020., 15(2)*, 177-185.
- Ali, H. (2018). *Marketing dan Kasus - Kasus Pilihan* (Cetakan Pertama ed.). Yogyakarta: Media Pressindo.
- Alma, B. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Komunikasi Promosi*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Revisi ed.). Bandung: Cv. Alfabeta.
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Damayanti, C., & Wahyono. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal, 4(3)*, 236-251.
- David. (2018). Pengaruh *E-service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online Grab. *Agora, Vol.6(2)*.
- Dewi, N. K., Andri, G., & Sepris, Y. (2012). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 3(2)*, 11-29.
- Firatmadi, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal of Business Studies, 2(2)*, 80-105.
- Hadita. (2017). Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Giant Cabang Kalibata. *Jurnal Kajian Ilmiah, 17(1)*.
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Revisi ed.). Jakarta: PT. Bumi Aksara.

- Hidayah, R. T., & Utami, E. M. (2017). *E-service Quality and E-Recovery Service Quality on E-Satisfaction Lazada.com*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 8(2), 257-274.
- Huriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha.
- Indonesia, C. (2019, Juli 08). *Budget Travel Masih Jadi Andalan Milenial*. Dipetik Juni 06, 2020, dari [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190708093234-269-410023/budget-travel-masih-jadi-andalan-milenial): <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190708093234-269-410023/budget-travel-masih-jadi-andalan-milenial>
- Iqbal, S., & Siddiqui, D. A. (2019). *The Impact of Deceptive Advertising on Customer Loyalty: A case of Telecommunication Industry in Karachi, Pakistan*. *International Journal of Industrial Marketing*, 4(1), 39-69.
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jananuraga, P. G., & Lestari, N. N. (2020). Iklan, Citra Merek, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 133-149.
- Jayani, D. H. (2019, September 09). *Berapa Pengguna Internet di Indonesia?* Dipetik Juni 04, 2020, dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>
- Jayani, D. H. (2019, Oktober 10). *Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh*. Dipetik Juni 04, 2020, dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>
- Juanim. (2004). *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran, Teknik Pengolahan Data SPSS & Lisrel*. Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (Global Edition ed.). United Kingdom: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (14 Jilid 1 & 2 ed.). (B. Sobran, Penyunt.) Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Global Edition: Pearson.
- Laudon, K., & Laudon, J. (2014). *Sistem Infromasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital* (13 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Laurent, F. (2016). Pengaruh *E-service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, 4(2), 95-100.
- Mahfud, A. G., & Soltes, V. (2016). *Effect of E-Service Quality on Consumer Interest Buying (Case Study on the Website Korean Denim)*. *IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)*, 7(4), 61-67.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Cv Alfabeta.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisioanl Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Cv Alfabeta.
- Masruri, F., Halik, A., & Arif, D. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Iklan Terhadap Kepuasan Konsumen. *IQTISHADEquity*, 1(1), 1-4.
- Nasution, H., Fauzi, A., & Rini, E. S. (2019). *The Effect of E-Service Quality on E-Loyalty Throught E-Satisfaction on Students of OVO Application Users at the Faculty of Economics and Business, University of North Sumatra*. *Euoropean Journal of Management and Marketing Studies*, 4(1), 146-162.
- Noor, M. (2018). Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Produk "Rexona" di Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 1(2), 167-177.
- Prisanti, M. D., Suyadi, I., & Arifin, Z. (2016). Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *E-Customer Satisfaction* Serta Implikasinya Terhadap *E-Customer Loyalty*. *Journal of Business Studies*, 2(1), 19-38.
- Produk Fesyen dan Kecantikan Paling Diminati di Belanja Online. (2018, Februari 07). Dipetik Juni 06, 2020, dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/07/produks-fesyen-dan-kecantikan-paling-diminati-di-belanja-online>
- Pujiyanto. (2003). Strategi Pemasaran Produk Iklan Melalui Media Periklanan. *Jurnal Nirmana*, 5(1), 96-109.
- Ramdayani, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Efektivitas Iklan Situs Jual-Beli Online Bukalapak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus

- Pada Mahasiswa Institut STIAM I Jakarta Kampus Bekasi B). *Jurnal Pendidikan IPS*, 7(2), 117-124.
- Reddoorz. (2017, Maret 10). *Untuk Kalian yang Belum Mengenal RedDoorz*. Dipetik Juni 11, 2020, dari www.reddoorz.com: <https://www.reddoorz.com/blog/id/feature/reddoorz-untuk-kalian-yang-belum-mengenal-kami>
- Rewah, J. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Manado. *Cogito Smart Journal*, 2(2), 250-263.
- Rosaria, R. (2019, Oktober 10). *Layanan booking online yang biasa digunakan oleh agen travel ini mudah dan murah*. Dipetik Juni 06, 2020, dari www.brilio.net: <https://www.brilio.net/creator/13-rekomendasi-layanan-booking-hotel-ini-biasa-digunakan-agen-travel>
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Santika, I. W., & Pramudana, K. S. (2018). Peran Mediasi *E-Satisfaction* Pada Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty*. *INOBI S: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 3(1), 278-289.
- Sarinah. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Setiawan, H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Layanan *Mobile Banking*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 20(3), 518-528.
- Shodiq, M. F., & Hidayat, W. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Loyalitas Konsumen Majalah Swa Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 1-8.
- Stefani, K., & Cilvanus, H. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Persepsi Kemudahan, Iklan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Ruangguru. *Media Informatika*, 19(2), 72-87.
- Sule, E. T., & Saefullah, K. (2017). *Pengantar Manajemen* (1 ed.). Jakarta: Kencana.
- Sundaram, V., Ramkumar, D., & Shankar, P. (2017). *Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty Empirical Study in India Online Business*. *KINERJA*, 21(1), 48-69.

- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran* (Cetakan Pertama ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Terry, G. R., & Afifudin, d. (2013). *Principles of Managemen* (5 th ed.). Indonesia: Pearson.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa* (Cetakan Ke-4 ed.). Yogyakarta: Cv Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi ke 4 ed.). Yogyakarta: Cv Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality & Satisfaction* (Edisi Ke-4 ed.). Yogyakarta: Cv Andi.
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh *E-Service* terhadap *E-Satisfaction* Pada Pengguna di Situs Tokopedia. *Agora*, 6(1), 1-10.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Utami, W. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik pada Loyalitas Elektronik (Kepuasan Elektronik Sebagai Variabel Moderasi). *Menara Ekonomi*, III(6), 20-32.
- Widyatmoko, A., Achmad, G. N., & Wasil, M. (2018). Pengaruh *e-servqual e-marketing* dan *e-wom* terhadap kepuasan pelanggan. *Seminar Nasional Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman*.
- Wulandari, A., & Suryawardani, B. (2019). *Advertisement Effectivity: Visibility, Credibility, Attraction and Power on Purchasing Decision and its Impact on Customer Satisfaction*. *Journal of Applied Management*, 17(4), 719-728.
- www.alexacom (Diakses Pada 11 Juni 2020).
- www.apjii.or.id (Diakses Pada 11 Juni 2020).
- www.similarweb.com (Diakses Pada 11 Juni 2020).
- Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh *Advertising* dan *Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(2), 119-125.