

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2018. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen (Fungsi-Proses-Pengendalian)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bob Foster. 2017. Pengaruh Pengalaman Belanja Online Produk Fashion terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang Pelanggan Zalora serta Berrybenka. *Jurnal UNIBI* , Volume 5, No. 1, Hal. 68 -76.
- Diana, F. T. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hadi Sumarto. 2015. Pentingnya *Brand Loyalty* terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* , Vol.10 No.1 Hal. 9-18.
- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Hendry, Abro. dkk.,. 2017. *Linkages among E-Service Quality, Satisfaction, and Usage of E-Services within Higher Educational Environments*. *International Journal of Busomess and Social Research* , Vol. 7 No. 3 .
- Hesty, Nurul, Utami 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku *Online Shopping*: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* , Vol. 2 No.1.
- Kotler, Philip and Keller. 2016. *Marketing Managemen*. 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip and Armstrong. 2018. *Principles Of Marketing 7e*. Australia: Pearson.
- Lestari, V. T. 2017. Pengaruh kualitas layanan elektronik pada niat beli ulang uji *e-satisfaction* sebagai variabel pemediasi. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta* , vol.1 no.5 hal.1-15.
- Mardalena dan Sarinah. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Marisa Arnindita Palma, A. L. 2016. Pengaruh kualitas produk, kemudahan, dan harga terhadap niat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen* , Vol.16, No.1 Hal.1-12.
- Mayahrani Tiara Ghassani. 2017. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG BANDENG JUWANA VACCUM MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PELANGGAN PT. BANDENG JUWANA ELRINA SEMARANG). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 6, no. 4, 2017 ,Hal. 311.
- Megantara dan I Made Toni. 2016. Penentu niat pembelian kembali tiket pesawat secara online pada situs Traveloka.com. *E-Jurnal Manajemen Unud* , Vol. 5, No.9 Halaman 5783-5810.
- Malayu S.P Hasibuan. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Melinda, A. Michiko, Tuju. 2018. KUALITAS PELAYANAN ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN DI DINAS. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan* , Volume 1 No. 1 Hal.12.
- Muhammad Hafiz Sayuti, C. K. 2015. ANALISIS PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA KAFE NOM NOM EATERY BANDUNG. *e-Proceeding of Management* , Vol 2, No 2 Hal.1932.
- Ni Luh Dian Yolandari, N. M. 2018. Pengaruh pengalaman pelanggan dan kepercayaan terhadap niat beli ulang secara *online* melalui kepuasan pelanggan . *E-Jurnal Manajemen* , Vol. 7, No. 10, Hal. 5343 - 5378.
- Nilsson, Johanna. Wall Olle. 2017. *Online customer experience, satisfaction and repurchase intention for online clothing retailing* . *Mater Of Science in Marketing and Consumption* , Vol.4, No.1, Page. 1-23.
- Palma, Marisa Anindita. 2016. Pengaruh kualitas produk, kemudahan dan harga terhadap niat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Riset Manajemen* , Volume 16, No 1, Halaman 1-19.
- Ramadhan dan Afif Ghafar. 2017. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap minat beli ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Journal of Management* , Volume 6, Nomor 1, halaman 1-15.

- Ratih Hurriyati. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha.
- Rini Kartika Sari, D. Y. 2016. Pengaruh harga dan kualitas pelayanan serta kualitas produk terhadap minat pembelian ulang dan kepuasan pelanggan *online shopping* pada mahasiswa universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* , Vol.10 No.2 Hal 115-126.
- Ristina Dian dan Effy. 2015. Pengaruh *E-service quality* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* (studi pada online shop gasoo galore). *Administrasi Niaga Fisip Universitas Indonesia* , Vol.5 No.2 Hal.21.
- Rosad Suparyanto. &. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Rosita Rahmi. 2016. Pengaruh lokasi, kelengkapan produk, kualitas produk, pelayanan, harga, dan kenyamanan berbelanja terhadap minat beli ulang konsumen pada Lotte Mart Bekasi Jungtion. *E-Journal Widya Ekonomika* , Volume 1, Nomor 2 , Halaman 89-103.
- Rusfian dan Rustina Dian A. 2015. Pengaruh *E-service quality* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* (studi pada online shop gasoo galore). *Administrasi Niaga Fisip Universitas Indonesia* , 19.
- Setyawati dan Sri Murni. 2019. Dampak integrasi *e-service quality* dan *e-satisfaction* pada *e-repurchase intention* konsumen aplikasi Go-jek kategori Go-ride. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* , Vol.26 No.2 halaman 77-84.
- Sirhan, Fikri. dkk.,. 2016. **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS MAHASISWA** (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Junal Bisnis dan Manajemen* , Vol 3, No 1 hal 121.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sarinah. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Deepublish.
- Traver and Laudon. 2017. *E-Commerce 10th Edition*. Pearson.
- Utami dan Onny Fitriana Sitorus. 2017. *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta.

Wilson Nicholas et al. 2019. *The Effect of Website Design Quality and Service Quality toward Repurchase Intention in the E-commerce. International Journal of Business* , Vol. 21, No.2, Page 43-52.

Sumber Online:

[https://apjii.or.id/content/read/104/398/BULETIN-APJII-EDISI-33---
Januari-2019](https://apjii.or.id/content/read/104/398/BULETIN-APJII-EDISI-33---Januari-2019) “Penetrasi pengguna Internet Hasil Survei 2018” (Diakses pada 16 Mei 2019, Pukul 09.14 WIB)

<https://databoks.katadata.co.id> “Pengguna Internet Terbesar di Dunia Pada Maret 2019” (Diakses pada 11 September 2019, Pukul 18.00 WIB)

<https://databoks.katadata.co.id> “Transaksi *e-commerce* Indonesia 2014-2018” (Diakses pada 16 November 2019, Pukul 14.02 WIB)

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/> “Daftar Jumlah Pengunjung Toko Online di Indonesia pada tahun 2017 – 2019 “ (Diakses pada 3 Maret 2019, Pukul 09.10 WIB)