

DAFTAR PUSTAKA

- Albi, M., Parlyna, R., & Hidayat, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Belanja OnlineX*. 2(3), 787–800.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage* (11th Editi). McGraw Hill.
- Coviello, N., Milley, R., & Marcolin, B. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 15, 18–33.
- Danang, S. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data*. Graha Ilmu.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Gava Media.
- Dian, A. (2003). *Pengenalan Pemrograman E Commerce dengan PHP dan MySQL*. Ilmu Komputer.
- Donald R, C. (2006). *Business research methods*. McGraw Hill.
- Dwityanti, E. (2008). Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri. *Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang*.
- Ferdinand. (2002). Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen. In *Seri Pustaka Kunci 03/BP UNDIP* (Kedua).
- Fuady, M. (2008). *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global*. PT Citra Aditya Bakti.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Undip.
- Grewal, D., Monroe, K. B., & Khrisman, R. (1998). The Effect of PriceComparison Advertising on Buyers Perceptions of Acqurition Value, Transaction Value and Behavior Intentions. *Journal of Marketing*, 62, 46–59.
- Griffin, R. W. (2013). *Manajemen* (Ketujuh). Erlangga.

- Howard, J. A., Shay, R. P., & Green, C. A. (1988). *Measuring The Effect Of Marketing Information On Buying Intensions. The Journal of Service Marketing. 2, 27–36.*
- Irawan, H. (2008). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Elex Media Komputindo.
- J. Paul, P., & Jerry C, O. (2000). *Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2 (keempat)*. Erlangga.
- Jonathan, S. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Prehallindo.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. PT. Prehalindo.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran (Kesebelas)*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Laudon, K. J., & Laudon, J. P. (1998). *Sistem Informasi Manajemen: The Digital Firm (Internatio)*. Pentise Hall International Inc.
- Lee, G., & Lin, H. (2005). Customer Perceptions of Service Quality in Online Shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management, 33*.
- Lovelock, C. H., & Jochen, W. (2011). *Pemasaran Jasa Prespektif*. Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa (Kedua)*. Salemba Empat.
- Mangkunegara, P. A. (2002). *Perilaku Konsumen (Revisi. Ce)*. PT. Refika Aditama.

- Meyliana. (2011). Analisis Strategi E-Marketing dan Implementasinya Pada Rental Company. *Jurnal Binus*, 2.
- Muchlis, Wijayanto, G., & Komita, S. E. (2021). Pengaruh E-Satisfaction dan E-Trust terhadap Repurchase Intention Melalui E-Word of Mouth (E-Wom) sebagai Variabel Intervening E-Commerce Buka Lapak pada Generasi Millenial. 32(1), 18–29.
- Narimawati, U. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi*. Agung Media 9.
- Sanjaya, R., & Josua, T. (2009). *Creative Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Saragih, M. E., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Linkaja the Influence of E-Service Quality on Repurchase Intention Consumer Linkaja. 8(1), 250–255.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. . (2008). *Perilaku Konsumen (Ketujuh)*. PT. Indeks.
- Sekaran, U. (1992). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salembaempat.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Salemba Empat.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2002). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES.
- Stainback, S. (1988). *Undertanding & Conducting Qualitative Research*. Kendall/Hunt Publishing Compani ; Dubuque, Iowa.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Andi.

- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. PT Asdi Mahasatya.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Rineka Cipta.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Waldi, D. A., & Santosa, B. P. (2001). Analisis Pengaruh Atribut Produk & Promosi Terhadap Persepsi Kualitas Motor Merek Milenium (Produk Motor China). *Jurnal Strategi Bisnis*, 6.
- Whitman, M., & Woszczyński, A. (2004). *The Handbook of Information Systems Research*. Idea Group Pub.
- William J, S. (1993). *Prinsip Pemasaran (Ketujuh)*. Erlangga.
- Wisnalmawati. (2005). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang. *Ekonomi Dan Bisnis*, 10, 153–165.
- Yazid. (2008). *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi (Kedua)*. Ekonisia.
- Yunus, M., Fauzi, A., & Rini, E. S. (2021). the Effect of E-Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention Through Online Consumer Review as Intervening Variables in the Marketplace Shopee. *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management*, 1(6), 669–679. <https://doi.org/10.36418/jrssem.v1i6.75>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (5th ed.). McGraw-Hill.