

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, A. (2021, September 30). *Mengenal Lebih Dekat Produk Properti di RedDoorz*.
- Amin. (2016). Internet banking service quality and itsimplication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 34, 280–306.
- Annur, C. M. (2022, June 21). *Suka Traveling? Intip 6 Startup Perjalanan & Perhotelan Paling Populer di Indonesia*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/06/21/Suka-Traveling-Intip-6-Startup-Perjalanan-Perhotelan-Paling-Populer-Di-Indonesia>.
- Bernarto, I., Wilson, N., & Suryawan, I. N. (2019). Pengaruh Website Design Quality, Service Quality, Trust Dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus: Tokopedia.Com). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(1).
- Chaffey, Smith, & Dave. (2017). *Digital Marketing Excellence*. Routledge.
- Cindy Mutiara Annur. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/03/23/Ada-2047-Juta-Pengguna-Internet-Di-Indonesia-Awal-2022>.
- CNN Indonesia. (2019, July 8). *Budget Travel Masih Jadi Andalan Milenial*. <https://Www.Cnnindonesia.Com/Gaya-Hidup/20190708093234-269-410023/Budget-Travel-Masih-Jadi-Andalan-Milenial>.
- Cooper, & Emory. (1996). *Metodologi Penelitian Bisnis* (1st ed.). Erlangga.
- Drajat, H. (2019, October 24). *RedDoorz Targetkan Okupansi 1 Juta Kamar Per Bulan*. <https://Venuemagz.Com/Hotel/Reddoorz-Targetkan-Okupansi-1-Juta-Kamar-per-Bulan/>.
- Elder, C. (2010, September 20). *Perbedaan Antara Budget Hotel, Luxury Hotel dan Boutique Hotel*. <https://Initu.Id/Amp/Perbedaan-Antara-Budget-Hotel-Luxury-Hotel-Dan-Boutique-Hotel/>.
- Ferdinand. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Latan. (2015). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square PLS* (3rd ed.). Badan Penerbit Undip.
- Hadi, S. P. (2007). *Perilaku Konsumen*. Universitas Diponegoro.
- Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).

- Hellier. (2003). *Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model*. (Vol. 37). European Journal of Marketing.
- Karina, C. (2019). The Impact of E-Service Quality (E-SQ) towards Repurchase Intention Mediated by Customer Satisfaction in the Context of Millennial Users of Online Travel Agencies (OTA): Learning from the Case of Traveloka in Indonesia. *IBuss Management*, 7(3).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (n.d.). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani, Eds.; Vol. 1). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Terjemahan oleh BOB Sabran MM, Ed.; 13th ed., Vol. 2). Erlangga.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4, 341–370.
- Lewis, & Booms. (1983). *The Marketing Aspects of Service Quality*.
- Listiyana, Alvin, R., & Qomariah, N. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap Online Repurchase Intention dengan E-Trust sebagai Mediator pada Pengguna Tokopedia (Studi pada Follower Instagram Tokopedia). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(4).
- Maharani, A. D. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang. *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang (Skripsi)*.
- Mangkunegara, P. A. (2002). *Perilaku Konsumen* (Revisi, Vol. 2). PT. Refika Aditama.
- Morgan, & Hunt. (1994). The commitment-trust theory orelationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Parasuraman. (2005). E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*.
- Pearson. (2012). The Role Of E-Service Quality And Informatin Quality In Creating Perceived Value; Antecedebts To Web Site Loyalty. *Information Systems Management*.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2004). *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework* (J. Wiley, Ed.). Sons, Inc.
- Peter, & Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani, Ed.; 9th ed.). Salemba Empat.
- Philip, K., & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Erlangga.

- Priambodo, D. A., & Farida, N. (2020a). *Pengaruh E-Website Quality dan E-Service Quality terhadap E-Repurchase Intention melalui E-Trust (Studi pada Konsumen produk fashion Lazada Mahasiswa Universitas Diponegoro)*. 9(3).
- Priambodo, D. A., & Farida, N. (2020b). Pengaruh E-Website Quality dan E-Service Quality terhadap E-Repurchase Intention melalui E-Trust (Studi pada Konsumen produk fashion Lazada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3).
- Rachmi, I. (2022). *Analisis Keterkaitan E-Service Quality, E-Recovery Service Quality, E-Satisfaction terhadap Online Repurchase Intention dengan E-Loyalty sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Shopee Era New Normal di Sumatera Barat)*.
- Rifa'i SE., M. S. Dr. K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*.
- Rosma, G. A. (2022). *Pengaruh Brand Experience, Brand Trust, dan Brand Love Terhadap Repurchase Intention dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening pada E-Commerce Shopee*.
- Salsabila, F., Hidajat, W., & Susanta Nugraha, H. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11.
- Samuel, O. A. Y. (2020). The Impact of E-Service Quality Towards Customer Repurchase Intention in The Case of Traveloka. *IBuss Management*.
- Saputra. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Sari, N. D. P. (2019). *The Influence Of Prices Promotion And E-Service Quality On Customer Repurchase Intention Of Traveloka: Study On Traveloka Users In Indonesia*. Universitas Brawijaya.
- Sejarah RedDoorz.* (2023, January 24). Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/RedDoorz>
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Dinas Perpustakaan dan Arsip Kabupaten Gorontalo.
- Tri Ambaryanti, Z. A. (2021). *Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-satisfaction dan Dampaknya pada E-Repurchase Intention Pengguna Halodoc*.
- Visi Misi RedDoorz.* (2022). 123.Dok. <https://123dok.com/document/zlg4r8p6-bab-ii-gambaran-umum-perusahaan.html>
- Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. CV Pustaka Setia.

- Wicaksono Manopo, K. Y., & Widayanto. (2019). *Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention melalui E-Satisfaction (Studi Kasus pada Mahasiswa FISIP UNDIP yang Pernah Melakukan Pembelian di OLX.co.id)*.
- 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 Repositori IMWI*, 3(1).
- Yanita Petriella. (2019, July 8). *Mulai OYO, Airy, Hingga RedDoorz; Simak Tren Virtual Hotel Operator di Indonesia* Artikel ini telah tayang di *BisnMulai OYO, Airy, Hingga RedDoorz; Simak Tren Virtual Hotel Operator di Indonesia*. <https://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20190708/12/1121417/Mulai-Oyo-Airy-Hingga-Reddoorz-Simak-Tren-Virtual-Hotel-Operator-Di-Indonesia>.
- Yunianto, T. K. (2021, November 25). *Hingga Oktober 2021, RedDoorz Berhasil Jual 512 Ribu Kamar Hotel*. <https://www.marketeers.com/hingga-oktober-2021-reddoorz-berhasil-jual-512-ribu-kamar-hotel/>.
- Zeithaml, Bitner, & Gremler. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (5th ed.). McGraw -Hill.
- Zeithaml, Parasuraman, & Malhotra. (2005). "Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge." *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30, 362–375

