

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2008. Marketing. Yogyakarta. Media Pressindo.
- Amanah D. & Harahap D.,A., (2018). “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan terhadap Kesadaran Merek Pelanggan”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 11 no.3
- Apriliani, Mila Rosa dan Abdillah Yusri. 2018. Pengaruh E-Service Quality Terhadap Perceived Value dan Dampaknya terhadap Customer Satisfaction (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Melakukan Transaksi Pembelian Online Dengan Website Lazada.co.id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 64 No. 2 November 2018
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan. Yogyakarta, Andi Offset.
- Barnes, S. J. &. Vidgen, R. T. 2000. WebQual : An Exploration of Website Quality. *In: Proceedings of the Eighth European Conference on Information Systems (ECIS), Vienna, Austria*, 298-305.
- Barnes, S. J. &. Vidgen, R. T. 2002. An Integrative Approach To The Assessment of E-commerce Quality. *Journal of Electronic Commerce Research*, 3(3): 114-127.
- Basu Swastha Dharmmesta. 2014. Manajemen Pemasaran. BPFE: Yogyakarta.
- Bintang Lasyakka. 2015. Faktor-faktor Kualitas Eservice yang Berpengaruh terhadap Perceived Value pada Website Ecommerce Lazada.co.id. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 24 No. 2 Juli 2015.
- Buchari Alma, 2007, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi revisi, Bandung CV. Alfabeta .

- Damayanti, Eva. 2014. Pengaruh Customer Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Telkom Speedy (Studi pada Pelanggan Speedy di Plasa Telkom Supratman Bandung). e-Proceeding of Management : Vol.1, No.3 Desember 2014. Page 714
- Databoks (2019). Indonesia jadi negara dengan pertumbuhan E-Commerce tercepat didunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023#>. diakses pada 11 Februari 2021
- Dharmmesta, Bashu, Swastha. 1999. “Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No.3
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Updaye Bayesian SEM Edisi 7*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Hair, J., F., et al. (2019). “ When to Use and How to Report The Result of PLS-SEM. *European Business Review*, Vol. 31. No. 1. 2019, pp. 2-24.
- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Innocentius Bernarto. 2017. Pengaruh Perceived Value, Customer Satisfaction, dan Trust terhadap Customer Loyalty Restoran XZY di Tangerang. *Journal for Business and Entrepreneur* ISSN 2501-6682 Vol. 1 No. 1 July – December 2017.

Iprice (2020). Peta E-Commerce Indonesia. :<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. diakses pada 17 Juli 2020

Kotler, P. dan Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. 15e. Boston. Pearson

Kotler, P., Keller, K. (2016). *Marketing Management*. 15e. Boston. Pearson Education

Kotler, Philip and Keller, Kevin L. 2012. *Marketing Management* (14th Edition). New Jersey: Prantice-Hall Published.

Kotler, Philip dan Keller, terjemahan Bob Sabran. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14 Jilid 1 dan 2, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.

Kusmono, Surya Danu (2015) *Pengaruh bauran pemasaran terhadap perceived value dan keputusan pembelian produk lampu hemat energi merek ACR di Surabaya*. Masters thesis, Widya Mandala Catholic University Surabaya.

Laporan economy SEA (2019). E-Conomy SEA 2019. : https://www.blog.google/documents/47/SEA_Internet_Economy_Report_2019.pdf. diakses pada 6 Agustus 2020

Luis Olsina, e. a. (2006). *Web Quality*. Springer. 10.1007/3-540-28218-1_4, 109-142.

M. A. Reynald Sukma Adhy, and S. Widowati Herieningsih, "Pengaruh Terpaan Iklan Bukalapak di Televisi dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di Situs Jual Beli online Bukalapak," *Interaksi Online*, vol. 7, no. 4, pp. 105-112, Sep. 2019. [Online].

Munir, Fuady. (2002) Pengantar Hukum Bisnis : Menata bisnis modern di era global, Bandung : Citra Aditya Bakti.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. dan Malhotra, A., 2005. E-S-Qual: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, Vol. 7, No. 10: pp1-21.

Pratama, Fanny Gilang. 2017. Pengaruh Perceived Value, Citra Merek, dan Gaya Hidup terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen iPhone di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.2017

Puspitaningrum, Devy Arista. 2017. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen serta Dampaknya terhadap Loyalitas pada Konsumen E-Commerce Tokopedia di Kota Semarang [skripsi]. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Puspitasari, An Nisaa dkk. 2013. Pengaruh Kualitas Website terhadap Nilai yang Dipersepsikan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Online Shop. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.2013

Robinette, Scott. 2001. *Emotion Marketing*. Jakarta : Mc.Grow Hill Book Company.

Sari Puji Rahayu. 2020. Pengaruh Kualitas Informasi dan Promosi Penjualan terhadap Trust, Perceived Value, dan Intention to Recommend (Studi pada Aplikasi TIX ID). [skripsi] Universitas Airlangga

Scott R. 2001. *How Communications Works*. Urbana: University of Illionis Press.

Sekaran, Uma., & Bougie, Roger. (2017). *Research Methods for Business, 7th Edition*. Chicester : Wiley.

Smith, P.R. and Chaffey, D. (2005) E-Marketing Excellence: *At the Heart of E-Business*. Butterworth Heinemann, Oxford, UK.

- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.
- Tancovic, Ana Cuic and Dragan Benazic. 2018. The perception of e-servicescape and its influence on perceived e-shopping value and customer loyalty. Emerald Publishing Limited. Vol. 42 No. 7, 2018. pp. 1124-1145
- Tjiptono & Chandra, G. (2011). Service, Quality, & Satisfaction. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy dan Chandra Gregorious. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Turban, Efraim and David King, 2003, *Introduction to E-commerce*, Prentice Hall.
- Wan and Huang, Hsieh-Hong, 2010. Effects Of Promotion On Relationship Quality And Customer Loyalty In The Airline Industry : The Relationship Marketing Approach, African Journal Of Business Management, Vol. 5 (4403-4414).
- Wen-Chin Tsao et al. 2016. Intensifying online loyalty! The power of website quality and the perceived value of consumer/seller relationship. Emerald Group Publishing Limited. Vol. 116 No. 9, 2016. pp. 1987-2010
- Widiaputri, Yustisi Suci dkk. 2018. Pengaruh E-Service Quality terhadap Perceived Value dan E-Customer Satisfaction (Survei pada Pelanggan Go-Ride yang Menggunakan Mobile Application Go-Jek di Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 61 No. 1 Agustus 2018

Widiyanto, A., M., . 2013. Statistika Terapan. Konsep dan Aplikasi dalam Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Wilda, Kurnia Putri. 2018. Pengaruh System Quality, Information Quality, E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee Di Kota Padang. Masters thesis, Universitas Andalas.

Zeithaml, Valerie, (1988), "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means – End Model and Synthesis of Evidence", Journal of Marketing, Vol 52, p.2-22.

