DAFTAR PUSTAKA

Adji, Jennifer dan Hatane Semuel. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1): 1–10.

Ahmadi. (2013). No Title. *Strategi Pemasaran Ikan Kerapu Berbasis Teknologi E-Commerce Di Desa Mesjid Lama Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara*.

Akbar, Ario Arzaq dan Tjahjono Djatmiko. (2016). Pengaruh e-service quality terhadap e-customer satisfaction dan e-customer loyalty pada Lazada.co.id. *Skripsi*. Universitas Telkom.

Annur, Cindy Mutia. (2019). *Survei APJII: Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Capai 64,8%*. Dalam https://katadata.co.id/sortatobing/digital/5e9a51915cd3b/survei-apjii-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-capai-648. Diunduh pada tanggal…

Anggitasari, Annisa Mayga dan Tony Wijaya. (2016). Pengaruh Ewom terhadap Brand Image dan Brand Trust, Serta Dampaknya pada Minat Beli Produk Smartphone Iphone (Studi pada Masyarakat di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(3): 266-275.

Arda, Mutia dan Dewi Andriany. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion pada Generasi. *Intekna : Informasi Teknik dan Niaga*, 19(2):115–120.

Audriene, Dinda. (2018). *YLKI: Lazada Nomor 1 Paling Banyak Dikeluhkan*. CNN Indonesia. Dalam https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180119144103-185-270193/ylki-lazada-nomor-1-paling-banyak-dikeluhkan. Diunduh pada tanggal….

Bulut, Zeki Atil. (2015). Determinants of Repurchase Intention in Online Shopping : A Turkish Consumer's Perspective. *International Journal of Bussiness and Social Science*, 6(10):55–63.

Chase, Richard B., F Robert Jacobs dan Nicholas J Aquilano. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage* (11th Ed). New York: McGraw Hill.

Collier, Joel dan Carol Bienstock. (2006). Measuring Service Quality in E-Retailing. *Journal of Service Research*, 8(3): 260-275.

Edward, S-T dan Wang Jia-Rong Yu (2016). Effect of Product Attribute Beleifs of Ready-To-Drink Coffee Beverages on Consumer- Perceived Value and Repurchase Intention. *British Food Journal*, 118(12): 2963–2980.

Ercis, Aysel., Sevtap Unal., F. Burcu Candan dan Hatice Yildirum. (2012). The Effect of Brand Satisfaction, Trust, and Brand Commitment on Loyalty and Repurchase Intentions. *8th International Strategic Management Conference*, 58(2012): 1395-1404.

Ferrinadewi, Erna. (2005). Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Komestik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(22):

Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.

Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haryanto, Martin Veno dan Hartono Subagio. (2013). Analisa Pengaruh Kepercayaan terhadap Tenaga Penjual (Trust in Employee), dan Kepercayaan terhadap Merek (Trust in Brand) terhadap Niat Beli (Purchase Intention) Konsumen pada Bernini Furniture di Surabaya, dan Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2): 1–12.

Ibzan, Eliasaph., Farida Balarabe dan Balarabe Jakada. (2006). Consumer Satisfaction and Repurchase Intention. *Developing Country Studies*, 6 (2): 96–100.

Ishak, Asmai dan Zhafitri Luthfi. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1): 55–66. https://doi.org/10.20885/jsb.vol15.iss1.art5

Jayani, Dwi Hadya. (2019). *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019*. Katadata.co.id. Dalam https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar. Diunduh pada tanggal…

Kassim, Norizan dan Nor Asiah Abdullah. (2010). The Effect of Perceived Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in E-Commerce Settings: A Cross Cultural Analysist. *Asian Pasific Journal of Marketing and Logistics*, 22(3): 351–371.

Khakim, Lukman., Azis Fathoni., dan Maria Magdalena Minarsih. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel

Intervening pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima. *Journal of Management,* 1(1):1–15.

Koc, Erdogan., Metin Ulukoy., Recep Kilic., Sedat Yumusak dan Reyhan Bahar. (2017). The Influence of Customer Participation on Service Failure Perceptions. *Total Quality Management and Business Excellence*, 28(3–4): 390–404. https://doi.org/10.1080/14783363.2015.1090290.

Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile). Jakarta: PT Prehalindo.

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta. : Indeks

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson.

Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.

Lai Jung-Yu., Khire Rushikesh Ulhas dan Jian-Da Lin. (2014). Assesing and Managing E-Commerce Service Convenience. *Springer Science Business Media. Information Systems Frontiers*, 16: 273–289.

Lau, Geok Theng dan Sook Han Lee. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4(1999): 341–370.

Laurent, Felicia. (2016). Pengaruh E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, 4(2): 121–131.

Lewis, J David dan Andrew Weigert. (1985). Trust as a Social Reality. *Social Forces*, 63 (4): 967–985.

Liu, Yi dan Xinlin Tang (2018). The Effects of online trust-building mechanism on trust and repurchase intentions: An Emphirical Study on Ebay. *Information Technology & People*, 31(3):666-687.

Luo, Hanyang., Xinwei Han., JIngjing Wang dan Lijaio Liu. (2015). The Moderating Effect of Perceived Quality of Logistics Services and Gender in the Relationship between Trust, Satisfaction, and Repurchase Intention in E-Commerce. *12th International Conference on Service Systems and Service Management (ICSSSM)*. 1-6.

Lupiyoadi dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi Kedua). Jakarta: Salemba Empat.

Mohammed, Khalifa., & Vanessa Liu. (2007). Online Consumer Retention: Contingent Effects of Online Shopping Habit and Shopping Experience. *Europian Journal of Information System,* 16(6):780-792.

Mohmed, Abdalslam S Imhmed., Nurdiana Binti Azizan dan Mohd Zalisham Jali. (2013). The Impact of Trust and Past Experience on Intention to Purchase in E - Commerce. *International Journal of Engineering Research and Development* 7(10):28-35.

Mukherjee, Avinandan dan Prithwiraj Nath. (2007). Role of Electronic Trust in Online Retailing: A Re-Examination of the Commitment- Trust Theory. *Europian Journal of Marketing*, 41(9):1173-1202.

Parastanti, Gadis Paramita., Srikandi Kumadji dan Kadarisman Hidayat. (2014). Pengaruh Prior Online Purchase Experience terhadap Trust Dan Online Repurchase Intention (Survey pada Pelanggan ZALORA Indonesia Melalui Website www.zalora.co.id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 16(1): 1-7.

Putra, Aldi Prama. (2015). Pengaruh Mutu Sistem Transaksi dan Customer Value terhadap Minat Bertransaksi Ulang Melalui Mediasi Trust. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 14(2): 101–118.

Rangkuti, Freddy (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing.* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Reibstein, David. (2002). What Attracts Customers to Online Stores and What Keeps Them Coming Back? *Journal of The Academy of Marketing Science,* 30(4):465-473.

Riptiono, Sulis. (2013). Pengaruh Lifestyle, Brand Awareness dan Product Quality terhadap Repurchase Intention Minuman Saribuah Buavita dengan Purchasing Decisions sebagai Variabel Intervening di Kecamatan Kebumen. *Jurnal Fokus Bisnis*, 12(1), 99–117.

Schiffman, Leon & Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen edisi 7*. Jakarta: Indeks

Setiawan, Edi dan Sarah Septiani. (2018). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 2(1): 54–61.

Setyaningsih, Oktania. (2014). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan E-Commerce terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan dan Loyalitas Pada Produk Fashion. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(2): 67–80.

Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing (ed.)).

Suariedewi, I Gusti Agung Ayu Mas & Ni Wayan Sri Suprapti. (2020). Effect of Mobile Service Quality to E-Trust to Develop E-Satisfaction and E-Loyalti Mobile Banking Services. *International Research Journal Pf Management, IT & Social Sciences*, 7(1): 185–196.

Sudjana, N. (2002). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.

Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta

Supriyanto, Ahmad Sani dan Masyhuri Machfudz. (2010). *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press.

Susanto, Stevan Ady. (2018). Pengaruh E-Satisfaction dan E-Trust Konsumen Hotel terhadap Online Repuchase Intention di Traveloka. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1): 54–63.

Tambajong, Geraldy. 2013. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, no. 3. 1291-1301.

Weisberg, Jacob., Dov Te'eni dan Limor Arman. (2011). Past Purchase and Intention to Purchase In E-Commerce: The Mediation of Social Presence and Trust. *Internet Research*, 21(1): 82–96. https://doi.org/10.1108/10662241111104893

Wuisan, Dewi S.S., David Candra., Maisie Adeline Tanaya., Velliana Natalia dan Innocentius Bernarto. (2020). Pengaruh Website Design Quality dan E-Service Quality terhadap Repurchase Intention Sociolla E-Trust sebagai Variabel Mediasi. *Computatio: Journal of Computer Science and Information Systems*, 4(1): 55–67.

Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner., dan Dwayne D. Gremler. (2010). Services Marketing Strategy. *In Wiley International Encyclopedia of Marketing*. 1-11. https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem01055

Zeng, Fue., Zuohao Hu., Rong Chen., dan Zhilin Yang. (2009). Determinants of online Service Satisfaction and Their Impacts on Behavioural Intentions. *Total Quality Management & Bussiness Excellence*, 20(9): 953-69.