

DAFTAR PUSTAKA

- Bunga, Indah Permata. 2018. "Pengaruh E-WOM dan E-Web terhadap e-loyalty dengan E-Trust Sebagai Variabel Intervening di Tokopedia (studi pada Mahasiswa S1 Fisip Undip)"
- Dewa, C. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif*, 16(1), 1–6. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/2347>
- Effendy, Y. A., & Kunto, Y. S. (2013). Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–8.
- Evelina, N., Dw, H., & Dkk. (2012). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen TelkomFlexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)*, c.
- Gitanjali, B. (2003). "Pengaruh E-WOM dan E-Web terhadap E-LOYALTY dengan E-Trust Sebagai Variabel Intervening di Tokopedia (studi pada Mahasiswa S1 Fisip Undip)." *Standar Oprasional Prosedur Pramusaji Untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu Di Saffron Restaurant*, 1–16.
- Helmi, S. M., Arrafiqurrahmanurwadi, D., & Maryanoni, S. H. (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Minimarket. *Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 11(2), 87–107.
- Hermawan, K. (1996). *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Kanuk, S. (2008). *Perilaku Konsumen*. Index.
- Karneli Okta, T. (2016). *Pengaruh Sales Promotion dan Service Quality Terhadap Minat Beli Konsumen Fast Food (Kasus Penjualan Produk KFC Pada KFC Metropolitan City Pekanbaru) Oleh: June*, 1–12.
- Kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran* (11th ed.). PT. Indeks Kelompok Media.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. 12th ed., (12th ed.). Erlangga.
- Kusniadji, S., & Tarumanagara. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*. 83–98.
- Lontoh, M. N. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan

- Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tendean. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 515–525.
- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37–42. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.23767>
- Manopo, K. Y. W., & Widayanto. (2019). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Repurchases Intention (Studi Kasus pada Mahasiswa FISIP UNDIP yang Pernah Melakukan Pembelian di OLX.co.id). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–19.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.
- Nurul, mas'ud waqiah. (2013). Pengaruh Sales Promotion dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota. *Persepsi Masyarakat Terhadap Perawatan Ortodontik Yang Dilakukan Oleh Pihak Non Profesional*, 53(9), 1689–1699.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>
- Shahnaz Nanda, W. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Physical Review (Series I)*, 32(2), 254–255. <https://doi.org/10.1103/PhysRevSeriesI.32.254>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA.
- Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5343. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p06>