

DAFTAR PUSTAKA

- Adekunle, S. A., & Ejechi, J. O. (2018). Modelling repurchase intention among smartphones users in Nigeria. *Journal of Modelling in Management*, 13(4), 794–814.
- DH, Basu Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta : Liberty
- Geyskens, I., Steenkamp, J. B. E. M., & Kumar, N. (1998). Generalizations about kepercayaan in marketing channel relationships using meta-analysis. *International Journal of Research in Marketing*, 15(3), 223–248
- Gregg, D. G., & Walczak, S. (2010). The relationship between website quality, trust and price premiums at online auctions. *Electronic Commerce Research*, 10(1), 1–25.
- Ghozali, Imam. 2013. “Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS 19. Edisi kelima. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2017. Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM. Edisi ke 7. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harrison McKnight, D., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The impact of initial consumer kepercayaan on intentions to transact with a web site: A kepercayaan building model. *Journal of Strategic Information Systems*, 11(3–4), 297–323.
- Irawan, Hendy. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta : Erlangga
- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Janes, W.N. dan Sasser, P.L. 1995. Involvement, attributions, and customer responses to rebates. *Journal Business and Psychology*, 279-297.
- Juniwati, J. (2015). Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Niat pembelian ulang dengan Kepuasan pelanggan Sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 140.
- Kaur,G. and Quareshi, K. (2015). Article information : Factors obstructing intentions

- to kepercayaan and purchase products online. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27(5), 1–28.
- Kim, H. W., Chan, H. C., & Gupta, S. (2007). Value-based Adoption of Mobile Internet: An empirical investigation. *Decision Support Systems*, 43(1), 111–126.
- Kotler dan Armstrong. 2001. Prinsip -Prinsip Pemasaran. Edisi 8. Jakarta : Erlangga
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* . Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga
- Lukman Khakim, Azis Fathoni SE MM, M. M. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima. *Journal of the Royal Army Medical Corps*, 100(2), 141–146.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2001. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5. Jakarta : Erlangga
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.
- Peter, J. P., dan Olson, J. C. 2014. Strategy Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 9. Jakarta : Salemba Empat
- Mañ Sabiote, C., Mañ Frías, D., & Castañeda, J. A. (2012). E-service quality as antecedent to e-satisfaction: The moderating effect of culture. *Online Information Review*, 36(2), 157–174
- Sabihaini. 2012. *Kompleksitas lingkungan dan regulasi pemerintah:implikasinya terhadap kinerja perbankan di Jawa Timur*. Disertasi. Tidak diterbitkan. Pacasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya:Malang
- Santos, J. (2003). E-service quality: A model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality: An International Journal*, 13(3), 233–246.
- Schiffman Leon G, Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi 10. Jakarta : PT Indeks
- Sekaran Uma dan Bougie, Roger. 2017. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 6. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam*

Pemasaran. Edisi 2. Bogor :Ghalia Indonesia

Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Andi

Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. N. (2017). Kepuasan pelanggan as mediator between kualitas pelayanan situs web and niat pembelian ulang: An emerging economy case. *Service Science*, 9(2), 106–120.

Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2018). Predicting online niat pembelian ulangs with e-satisfaction as mediator: a study on Gen Y. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(3), 427–447.

<https://www.zalora.co.id/about/> (diakses pada tanggal 30 September 2019 pada pukul 08:30 WIB)

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (diakses pada tanggal 30 September 2019 pada pukul 09:00 WIB)