

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Adriany, V. (2018, Februari). PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG JASA GO-JEK MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Karyawan Berkantor Di Wilayah Jl. T.B Simatupang Jakarta). *Commerce Jurnal Ilmiah Politeknik Piksi Input Serang*, 6 No. 1, 63-82.
- Aeni, S. N. (2022, Maret 11). *Inilah Perbedaan Generasi X, Y,Z dengan Generasi Lainnya*. Diambil kembali dari katadata.co.id: <http://www.katadata.co.id>
- Ardiansyah, I. (2018). Pengaruh Kualitas Website Traveloka Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Webqual. *Universitas Bunda Mulia*, 351-371.
- Bahri, S. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS - Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Barnes, S., & Vidgen, R. (2000). WebQual: An Exploration of Website Quality. *Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL)*, 74.
- Barnes, S., & Vidgen, R. (2002). An Integrative Approach To The Assessment Of E-Commerce Quality. *Journal of Electronic Commerce Research*, 3, 114-127.
- Barnes, S., & Vidgen, R. (2003). Measuring Website Quality Improvements: A CaseStudy of the Forum on Strategic Management Knowledge Exchange, Industrial Management & Data Systems.
- Bisnis Kami*. (t.thn.). Diambil kembali dari Tokopedia: <https://www.tokopedia.com/about/our-business/>
- Chang, H., & Chen, S. W. (2008). The Impact of Online Store Enviroment Cues on Purchase Intention: Trust and Perceived Risk as a Mediator. *Online Information Review*, 32, 818-41.
- CNN Indonesia*. (2020, Mei 03). Diambil kembali dari [cnnindonesia.com](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200503153210-185-499553/kronologi-lengkap-91-juta-akun-tokopedia-bocor-dan-dijual): <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200503153210-185-499553/kronologi-lengkap-91-juta-akun-tokopedia-bocor-dan-dijual>
- Fatmedya, A., & Hadi, C. (2020). CORRELATION OF WEBSITE QUALITY TOWARDS REPURCHASE . *PalArch's Journal of Arcaeology of Egypt/Egyptology*, 1603-1617.
- Ferdinand, A. T. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Foxall, G. (2005). *Understanding consumer choice*. USA: Palgrave Macmillan.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang : BP Undip.
- Goetsch, D., & Davis, S. (2010). *Quality Management For Organizational*. NJ: Printice Hall International,.
- Gunadinnusa, M. P., & Hamdani, D. (2020). QUALITY ANALYSIS OF THE JAKARTANOTEBOOK.COM WEBSITE USING WEBQUAL 4.0. *International Journal Information System and Computer Science (IJISCS)*, 123-130.
- Habibi, A., Hagh, S. G., Bahabadi, M. H., Hamedani, S. S., Yasin, N. M., & Omar. (2014). Brand Personality Moderating Effect on Relationship Between Website Quality and Online Trust. *Malaysian online environment context. Asian Social Science*, 210-224.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2011). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hartono. (2004). *Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (10th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Hellier, P. K., M, G. G., A, C. R., & A, R. J. (2003). Customer repurchase intention", a general structural equation model. *Journal Of Marketing*, 37, 1762-1800.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling In International Marketing. *New Challenges to International Marketing Advances in International Marketing*, 277-319.
- Husein, U. (2015). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Indonesia Survey Center. (2020, November 11). *Laporan Survei Internet AP JII: 2019 - 2020 (Q2)*. Diambil kembali dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Web site: <https://apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>
- Indriyani, F., & Helling, L. S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website, Kepercayaan, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen*, 5, 56-68.
- Irawan, H. (2003). *Indonesian Customer Satisfaction*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Jayani, D. H. (2021, Desember 15). *Jurnalisme Data*. Diambil kembali dari katadata.co.id: <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/61b945392d739/peta-persaingan-e-commerce-di-indonesia>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed., Vol. II). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 ed., Vol. I). Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Kuswandi. (2004). *Cara Mengukur Kepuasan Kerja*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Latan, H., & Ghazali, I. (2012). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 2.0 M3*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (5 ed., Vol. 1). (N. Maharani, Penyunt.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Murwanti, S., & Pratiwi, A. P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Bengkel Motor Ahas Cabang UMS). *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017*, 207-227.
- Nasution, M. N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurhayati, & Murti, W. W. (2012). Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang). *DeRama Jurnal Manajemen*, 2.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2002). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Bahasa Indonesia ed.).
- Pratama, R. E., & Santosa, S. B. (2021). MENINGKATKAN MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN MELAKUKAN PROMOSI PENJUALAN DI INSTAGRAM MELALUI KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada pengguna produk Avoskin di kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 10, 1-6.
- Priskila, T., & Priskila, A. (2019). PENGARUH KUALITAS WEBSITE (WEBQUAL 4.0) DAN KUALITAS PELAYANAN (SERVQUAL) ONLINE TO OFFLINE (O2O) COMMERCE. *Jurnal Manajemen Vol 16 No. 2*, 109-126.
- Rosalina, F., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya pada Minat Pembelian Ulang (Survei pada Konsumen Jasa GrabCar di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60 (1), 139-148.
- SA. Pratminingsih, N. B. (2019). THE EFFECT OF WEB QUALITY AND TRUST ON REPURCHASE. *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*, 9514-9520.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK MINAT PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN SHOPEE. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol 10, No. 2*, 2301-8313.
- Sandhusen, R. (2008). *Marketing. Hauppauge, N.Y: Barron's Educational Series.*, 520.
- Sarwono, J. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.

- Setiawan, Ihwan, Anton, A., & Susila, I. (2004). Pengaruh service quality perception terhadap purchase intention: studi empirik pada konsumen supermarket. *Usahawan*, 29-37.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN MENGGUNAKAN E-WALLET DAN PERSEPSI MANFAAT SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO E-WALLET OVO. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, 1-9.
- Soedarmo, H. (2006). *Menjadi Kaya dengan UKM Otomotif Roda Dua*. Tangerang: Agro Media.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sunarto. (2006). *Manajemen Pemasaran 2 Seri Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: UST Press Yogyakarta.
- Sunarto. (2006). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS Yogyakarta.
- Sutisna, M. (2019). Evaluating Website Repeat Usage Using Webqual 4.0: a Guide for E-Commerce Business. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 662.
- Suwarman. (2007). Analisis FaktorFaktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Online. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 67-810.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset (Penerbit Andi).
- Top Brand Index*. (2017-2021). Diambil kembali dari Top Brand Award: [topbrand-award.com](http://topbrand-award.com)
- Turban, E. (2015). *Electronic Commerce*. New York: Springer.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN Yogyakarta.
- Wold, H. (1985). Partial Least Square. *Encyclopedia of Statistical Scienties*, 8, 587-599.
- Wulansari, A. (2013, Maret 2). Pengaruh Brand Trust dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1 Nomor 2, 388-401.
- Yan, P., & Guo, J. (2010). The Research of Web Usability Design, Computer andAutomation Engineering (ICCAE). *IEEE*, 480-483.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.