

## DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, R, 2005, *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia. Billewar, S. dan Henry, B. D. (2012). *Approach to Improve Quality of E-commerce, International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*.
- Aryani, D. dan Rosinta, F. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17, No. 2 hal. 114-126.
- Gregg, D.G. and Walczak, S. (2010, March). The relationship between website quality, trust and price premiums at online auctions. *Journal Electronic Commerce Research*. 10 (1), pp. 1-25.
- Gutavsson, M. and Johansson, A. (2006). *Consumer Trust in E-Commerce*. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:230780/FULLTEXT01>. pdf diakses pada 27 Oktober 2013.
- Hardiansyah, M.F. dan Nugroho, S.S. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan Toko Terhubung Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis* Volume 16, Nomor 2, Desember 2012, hlm. 148-159.
- Japarianto, E. (2010). Analisa Faktor Type *Hedonic Shopping Motivation* dan Faktor Pembentuk Kepuasan *Tourist Shopper* di Surabaya, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, No 1, Vol.12, 76-85.
- Kementerian Komunikasi dan Informasi, RI. (2015) Menkoinfo: Pemerintah Dorong Pertumbuhan *E-commerce* Indonesia, [http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6020/Menkoinfo%3A+Pemerintah+Dorong+Pertumbuhan+Ecommerce+Indonesia/0/berita\\_satker#.VrxguomyTaB](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6020/Menkoinfo%3A+Pemerintah+Dorong+Pertumbuhan+Ecommerce+Indonesia/0/berita_satker#.VrxguomyTaB), diakses tanggal 21 Desember 2015.
- Kotler, Philips. 2004. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Terjemahan Drs. Benyamin Molan. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Nashrullah, S. et al (2016). Analisis Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Layanan *E - Commerce* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Statistik (Studi Kasus Di *Website E-Commerce* Lazada). Yogyakarta: Seminar Nasional IENACO – 2016.

Siagian, H. dan Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop mengemukakan bahwa Website Quality terbukti berpengaruh terhadap Trust. Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 8, No. 2.

Sidharta, I. dan Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. Bandung: Jurnal Computech & Bisnis, Vol. 9, No.1 hal 23-36.

Xu D. J., Liao, S., & Li, Q., (2008). Combining empirical approach and modeling techniques for personalized mobile advertising application, *Decision Support Systems*, 44 (3), 710-724.

Yang, Z. (2001, May). Consumer perceptions of service quality in internet-based electronic commerce, In *Proceedings of the 30th EMAC Conference*, Bergen, Norway.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375.

<http://aisel.aisnet.org/jais/vol12/iss11/1> Diakses tanggal 24 september 2016

<http://rocketmanajemen.com/karakteristik-plc> Diakses tanggal 03 september 2016

<http://www.apjii.or.id> Diakses tanggal 12 september 2016

<http://www.tekno.kompas.com> Diakses tanggal 12 september 2016

<https://www.scribd.com> Diakses tanggal 12 september 2016

<http://www.zalora.co.id> Diakses tanggal 12 september 2016