

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A.A. dan Djatmiko, T. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty Pada Lazada.co.id. e-Proceeding of Management, Vol. 3, No. 3, hal. 142 – 150.
- Akter, S. (2016). Impact of Internet Retail Service Quality Factors on Satisfaction of e-shoppers in Bangladesh. American Scientific Research Journal for Engineering, Technology and Sciences, Vol. 26 No. 4, pp. 30-41.
- Alaan, Y. (2016). Pengaruh Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Assurance) Terhadap Customer Satisfaction: Penelitian Pada Hotel Serela Bandung. Jurnal Manajemen, Vol. 15, No. 2, hal. 255 – 270.
- Anderson, R.E. and Srinivasan, S.S. (2003). E-Satisfaction And E-Loyalty: A Contingency Framework. Psychology & Marketing, Vol. 20, No. 2, pp. 123 – 138.
- Arshad, N.H., Janom, N. and Idris, I.M. (2005). Consumer Perception of Internet Retail Service Quality. Proceedings of International Conference on E-Commerce.
- Butler, P. and Peppard, J. (1998). Cosumer Purchasing on The Internet: Process and Prospects. European Management Journal.
- Cho, D.H. and Park, J.H. (2012). Examining the Performance of Internet-Based Business Models: Evidence from the Internet Banks. International Journal of u- and e-Service, Science and Technology, Vol. 5, No. 1, pp. 51 – 62.
- Cooper, D.R. and Schindler, P.S. (2011). Business Research Methods, Edition 11. New York: McGraw-Hill Companies Inc.
- Databooks.katadata.co.id. (2018, 12 Februari). 2022, Penjualan E-Commerce Indonesia Mencapai US\$ 16 Miliar. Diakses pada 13 Maret 2020, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/12/2022-penjualan-e-commerce-indonesia-mencapai-rp-16-miliar>
- Databooks.katadata.co.id. (2019, 11 September). Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna Internet. Diakses pada 15 Maret 2020, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet>
- Databooks.katadata.co.id. (2019, 22 Oktober). 10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019. Diakses pada 15 Maret 2020, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>

- Deyalage, P.A. and Kulathunga, D. (2019). Factors Affecting Online Customer Satisfaction: The Sri Lankan Perspective. *International Journal of Business and Management*, Vol. 14, No. 2, pp. 99 – 114.
- Fitriana, A. (2018). Pengaruh E-Marketing dan E-CRM Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Mandiri. *Citec Journal*, Vol. 4, No. 4, hal. 306 – 315.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM SPSS). Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gladwin, T.N., Kennelly, J.J. and Krause, T.S. (1995). Shifting Paradigms for Suitable Development: Implication for Management Theory and Research. *The Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 4, pp. 874 – 907.
- Hur, Y., Ko, Y.J. and Valacich, J. (2011). A Structural Model of the Relationships Between Sport Website Quality, E-Satisfaction and E- Loyalty. 2011. *Journal of Sport Management*. Pp. 458 – 473.
- Hadiyati, E. (2010). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT. POS Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang). Hal. 81 – 90.
- Jalozie, I.K., Wen, H.J., and Huang, H.L. (2006). A Framework for Selecting E-Commerce Business Model. Pp/ 74 – 83.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid Kesatu*. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid Kesatu*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi ke 13, Jilid Kesatu*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid Kesatu*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, K. dan Tjiptodjojo, K.I. (2015). Peranan Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Manfaat Atribut Produk Simpati). *Jurnal Manajemen*, Vol. 14, No. 2, hal. 165 – 174.
- Laurent, F. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *AGORA*, Vol. 4, No. 2, hal. 95 – 100.
- Mardatilla, R., Kusyanti, A., dan Aryadita, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce (Studi Kasus: Berrybenka). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, Vol. 1, No. 12, hal. 1822 – 1832.

- Meidita, Y., Suprpto dan Rokhamawati, R.I. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan E-Commerce (Studi Kasus: Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, Vol. 2, No. 11, hal. 5682 – 5690.
- Mirabi, V., Akbariyeh, H. and Tahmasebifard, H. (2015). A Study Factors Affecting on Customers Purchase Intention. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology*, Vol. 2, Issue. 1, pp. 267 – 273.
- Nurfina, O., Haryono, A.T., dan Minarsih, M.M. (2016). Analisis Pengaruh E-commerce Strategy, Service Performance Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Garuda Online Shop Airlines). *Journal of Management*, Vol. 2, No. 2.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Malhotra, A. (2000). A Conceptual Framework for Understanding E-Service Quality: Implications for future research and managerial practice. *Journal of Service Research*, Vol. 7, No. X.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Malhotra, A. (2005). A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, Vol. 7, No. X. pp. 1 – 21.
- Puspitasari, A.N., Kumadji, S. dan Sunarti. (2013). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Nilai Yang Dipersepsikan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Studi Pada Pelanggan Toko Sepatu Wanita www.iwearup.com. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 5, No. 2, hal. 1 – 9.
- Rasid, M.H.A. (2018). Pengaruh TERRA (Tangibles, Emphaty, Responsiveness, Reliability, Assurance) Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Cabang Margonda Depok.
- Rohmatin, I. dan Andjarwati, A.L. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 7, No. 1, hal. 104 – 112.
- Rokhayati, I. (2014). Perkembangan Teori Manajemen Dari Pemikiran Scientific Management Hingga Era Modern Suatu Tinjauan Pustaka. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 15, No. 2, hal. 1 – 20.
- Saputri, M.E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 15, No. 2, hal. 291 – 297.
- Sethio, E.D. dan Siagian, H. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Perceived Value Dan Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *AGORA*, Vol. 6, No. 2.

- Setiawan, E.B. (2015). Analisis Pengaruh Nilai Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan (Studi Kasus Pemanfaatan E-Ticketing Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Kereta Api). *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, Vol. 12, No. 2, hal. 204 – 211.
- Setiawan, N., Winati, F.D., Achmadi, R.E. dan Shafira, Y.P. (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). *Seminar Nasional IENACO*, hal. 459 – 466.
- Shoemaker, S. and Lewis, R.C. (1999). Customer Loyalty: The Future of Hospitality Marketing. *Hospitality Management* 18, pp. 345 – 370.
- Singh, M. (2012). Marketing Mix 4P's for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and Management*. Vol. 3, Issue 6, pp. 40 – 45.
- Subyanto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 3, No. 3, hal. 165 – 182.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Srinivasan, S.S., Anderson, R. and Ponnayolu, K. (2002). Customer Loyalty in E-Commerce: An Exploration of Its Antecedents And Consequences. *Journal of Retailing* 78, pp. 41 – 50.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *AGORA*, Vol. 6, No. 1, hal. 1- 10.
- Utami, H.N. dan Firdaus, I.F.A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2, No. 1, hal. 136 – 146.
- Utami, H.Y. (2014). Pengaruh Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness Dan Assurance Terhadap Loyalitas Pelanggan Berbelanja Pada Toko Tita di Lubuk Buaya Kota Padang. *Journal of Economic and Economic Education*, Vol. 3, No. 1, hal. 65 – 70.
- Waterschoot, W.V. and Bulte, C.V.D. (1992). The 4P Classification of the Marketing Mix Revisited. *Journal of Marketing*, Vol. 56, No. 4, pp. 83 – 93.

- Widayanita, F.A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FE Uji Pengguna Shopee.
- Wijayanti, R.Y. dan Sumekar, K. (2009). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Anggota Pada KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera Lasem Cabang Kudus. Hal. 129 – 147.
- Yang, Z. and Fang, X. (2004). Online service quality dimensions and their relationships with satisfaction. Oklahoma, USA: Emerald Group Publishing, Vol. 15, No. 3, pp. 302 - 326.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Malhotra, A. (2002). Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. Academy of Marketing Science Journal. Vol. 30, No. 4, pp. 362 – 375.

