

DAFTAR PUSTAKA

- Adixio, Riko Firmawan dan Laila Saleh, 2013. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria Di Surabaya". *Journal of Business and Banking*. Volume 3, No. 2, 151 – 164
- Anggreni, Putri, 2015. "Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Ulang Pelanggan Pasar Umum Ubud". *Jurnal Telaah Bisnis*. Vol.16, No.2.
- Ariningsih, Endah Pri, 2009. "Perceived Value pada Loyalitas Konsumen yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dan Dimoderatori oleh Gender". *SEGMENT: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, No. 2, Juli, Hal. 44-59
- Ayu, Yohana Sylvi Putri, 2009. "Pengaruh Perceived Quality, Perceived Value, Brand Preference, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty pada Repurchase Intention". *Thesis*, Universitas Sebelas Maret.
- Cho, Yoon. C, 2015. "Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Purchase Intention In The Online Environment". *International Journal of Management & Information Systems*, Vol. 19, No.1.
- Dias, Arthur, 2012. "Analisis Kepercayaan Konsumen Terhadap Situs Jual Beli Tokobagus.com: Antecedents dan Outcome". *Thesis*. Universitas Indonesia
- Farida, Naili, 2014. "Analisis Model Kepuasan Terhadap Pembelian Ulang". *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol.5 No. 2, pp. 200-288
- Handono, Christopher Andretta, Ronald, dan Amelia, 2015. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang pada Produk McDonald di Surabaya". *Jurnal Gema Aktualita*, Vol. 4 No. 1.
- Howard, John A, 1994. "Measuring The Effect Of Marketing Information On Buying Intentions". *The Journal Of Service Marketing*.
<http://www.antaraneews.com/berita/414167/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-terus-meningkat> , Royke Sinaga. Rabu, 15 Januari 2014 14:47 WIB
- <http://tribiznetwork.com/profiles/blogs/sistem-informasi-zalora-co-id>, Ajeng Dinanti. Selasa, 10 November , 2015 at 11:59am
- Johanna P, Myra, 2006. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang (Studi Kasus Konsumen Pada Mandala Airline - Semarang)". *Masters Thesis*, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Joseph Yu, C.M., Wu, L.Y., Chiao, Y.C. and Tai, H.S, 2005. "Perceived Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty: The Case of Lexus in Taiwan," *Total Quality Management*, Vol. 16, No. 6, pp. 707-719.
- Kotler, Philip dan Armstrong, 2003. "*Dasar-Dasar Pemasaran, jilid 1*". edisi kesembilan. Jakarta: PT INDEKS kelompok GRAMEDIA.

- Krisno, Daniel dan Hatane Samuel, 2013. "Pengaruh Perceived Quality, Perceived Sacrifice dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction di Informa Innovative Furnishing Pakuwon City Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol.1, No.1 1-12
- Lin, Chia C. 2003, "The Role of Customer Perceived Value in Generating Customer Satisfaction: An E-Business Perspective," *Journal of Research in Marketing & Entrepreneurship*, Vol. 5, No. 1, pp. 25-39.
- Mardalis, Ahmad. 2005. "Meraih Loyalitas Pelanggan". *Benefit, Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 9, No.2
- Malhotra, Naresh K, 2010. *Marketing Research an Applied Orientation*. New Jersey: Pearson
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Ekosiana
- Molinari, M. A., Sanchez, J., Rodriguez, R.M. dan Callarisa, L, 2007. "Perceived relationship quality and post-purchase perceived value: An integrative framework". *European Journal of Marketing*. Vol. 41 No. 11/12. Pp 1392
- Mosavi, Seyed Alireza, dan Mahnoosh Ghaedi, 2012. "Role of perceived value in explaining trust and repurchase intention in e-shopping". *African Journal of Business Management* Vol. 6(14), pp. 4910-4920,
- Mulyana, Yusuf Fitra, 2016. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko Online OLX.co.id)". *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Nirawati, Lia, 2013. "Peran Kepercayaan dalam Menciptakan Kesetiaan Pelanggan". *Jurnal Neo-Bis* Vol.7 No. 2
- Purnama, Suryari dan Nina Nurhasanah, 2015. "Perancangan Model Dan Strategi Loyalitas Pelanggan Pada Industri Jasa Di Indonesia". *Journal & Proceeding Feb Unsoed*. Vol. 5 No. 1
- R Pramesti, Andrie, 2012. "Pengaruh Penerapan E-Ticketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk". *Skripsi*. Universitas Widyatama
- Raza, M.A., Siddiquei, A.N., Awan, H.M., & Bukhari, K, 2012. "Relationship between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Revisit Intention in Hotel Industry". *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4 (8), 788-805.
- Razavi, Hossien Safari, Hessam Shafie dan Kobra Khoram, 2012. "Relationship Among Service Quality, Costumer Satisfaction". *Journal of Management and Strategy*. Vol.3, No.3 June 2012
- Samuel, Hatane, dan Nadya Wijaya, 2009. "Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, Trust, dan Loyalty Pada PT. Kereta Api Indonesia menurut Penilaian Pelanggan Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.4 No.1, 23 – 37

- Saragih, Hoga dan Rizky Ramdhany, 2012. "Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (FJB) Kaskus". *Jurnal Sistem Informasi*. Vol.8 No.2
- Shelly, G.B., Cashman, T.J. dan Vermaat, M.E., 2007, *Discovering Computers* (ed. 3), Jakarta: Salemba Infotek.
- Suandana, Ni Putu Widantari, Ketut Rahyuda, dan Ni Nyoman Kerti Yasa, 2016." Pengaruh Pengalaman Membeli Produk Fashion Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan" *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol.10, No. 1
- Sulistiyo, Tri Djoko. 2015. "The Influence of Brand Image, Service Quality, and Perceived Value towards Brand Loyalty (Case Study on Students of Trisakti Institute of Tourism)". *Jurnal Ilmiah Pariwisata-STP Trisakti*. Vol. 20, No.3.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Syah, Tantri Yanuar R. 2014. "Fasilitas Partisipasi Provider Sebagai Pembentuk Loyalitas Pelanggan, Dengan Mediasi Kualitas Relasional Dan Dimoderasi Implicit Self Theorist". *Disertasi*. Depok: Fakultas Ekonomi Program Pasca Sarjana Ilmu Manajemen, Universitas Indonesia. .
- Trisnawati, Ella, Agus Suroso, dan Untung Kumorohadi. 2012. "Analisis Faktor-Faktor Kunci Dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (Study Kasus Pada Konsumen Fesh Shop)". *Jurnal bisnis dan ekonomi (jbe)*, hal. 126 – 141 vol. 19, no. 2
- Triton PB. 2006. "Mengenal E-commerce dan Bisnis Di Dunia Cyber". Yogyakarta: Argo
- www.similarweb.com. Clara Bourque. "10 Besar online shop di Indonesia" diakses pada tanggal 21 April 2015 jam 11:00 Wib.
- www.similarweb.com. Clara Bourque. "Data pengunjung Zalora.co.id" diakses pada tanggal 21 April 2015 jam 11:00 Wib.