

## DAFTAR REFERENSI

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Abdlhakim & Soltes. (2016). *Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim)*. IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)e-ISSN: 2321-5933, p-ISSN: 2321-5925. Volume 7, Issue 4. Ver. I (Jul. - Aug. 2016).
- Alamsyah,R.(2016). *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang di Toko Online*. Jurnal Manajemen Agustus 2016, P: 46-57 Vol.9, No.1
- Anwar, R. N., & Afifah, A. (2018). *Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Niat Beli di situs Online ( Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur)*. 9(1), 46–57.
- Adelia, S. (2018). *Pengaruh Online Promotion Terhadap Repurchase Intention Dengan Consumer Perception Sebagai Mediasi Pada Travel Online*. Jurnal manajemen pemasaran. Vol 12, No.2 Oktober.
- Adyanto, . C., & Santosa, S. B. (2018). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BRAND IMAGE , HARGA DAN KEPERCAYAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com). *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 1–20.
- Andini, C., & Ariyanti, M. (2016). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Pengunjung Online Store Lazada Indonesia The Impact Of E-Service Quality Upon Visitor Purchase Intention Of Lazada Indonesia Online Store*. e-Proceeding of Management : Vol.3, No.2 Agustus. ISSN : 2355-9357
- Anwar,R.,Wijaya,A.(2016). *Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Niat Beli Belanja Online*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 14 No.2 Juni 2016.
- Bhuono Agung, Nugroho. 2005. *Strategi Jitu memilih Metode statistic penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : CAPS
- Danang Sunyoto. 2012 . *Dasar dasar manajemen pemasaran*. Cetakan pertama. Yogyakarta : CAPS

- Dian,R. & Rusfian,E. (2013). *Pengaruh e-service quality terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction pada online shop Gasoo Galore*. Riset Bisnis dan Manajemen, Vol 4, No.1.
- Edyansyah,Teuku.(2018). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan konsumen pada produk kosmetik Oriflame*. Jurnal Manajemen dan Inovasi. Vol 9 (1) (2018): 55-72.
- Harviana, G.E . (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepercayaan konsumen dalam berbelanja secara online*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Istyanto,Y.M. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan dan Loyalitas pada pelanggan situs Lazada.co.id*. ISSN : 2355-9357 *e-Proceeding of Management* : Vol.3, No.2 Agustus 2016.
- Irawan, I. A. (2018). *Effect of trust, convinience, security and quality of service on online purchase decision (consumer case study in tangerang selatan area)*. Jurnal Ekonomi, 23(1), 114–122.
- Indriyanti. (2013). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Buku Di Togamas JL. DR. Moewardi 21 Solo*.
- K.C. Laudon dan C.G. Traver, E-commerce 2014: *Business,Technology, Socoety, Tenth Editiobn, 3<sup>rd</sup> penyunt*, New Jersey: Prentice Hall, 2014.
- Kotler. Philip. 2001. *Manajemen pemasaran : analisis, perencanaan, implemantasi dan control*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler & Amstrong. 2012. *Principles of Marketing, Global Edition, 14 Edition*, Pearson Education .
- Kotler dan Keller, (2012). *Marketing Management Edisi 14*, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Lia, E., Kore, R., Lamalewa, F., Mulyaningsih, A., & Musamus, U. (2018). *THE INFLUENCE OF PROMOTION , TRUST , AND CONVENIENCE TO ONLINE PURCHASE DECISIONS*. 9(10), 77–83.
- Lovelock, Christopher and Wirtz, Jochen. 2011. *Marketing Management; Customer behavior 7<sup>th</sup> Edition*. Pearson Edication; Boston.

- Madura, Jeff. (2011). *Pengantar Bisnis*, Introduction to Business. Edisi 4, Buku ke 2, Jakarta : Salemba Empat.
- Moh. Nasir dan Dr. Harti, M.Si.(2017) *Pengaruh E-Service Quality Dan Diskon Terhadap Niat Beli Pada Situs Online Di Website Zalora.Co.Id Di Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) ISSN: 2337-6708 Volume 01 Nomor 01.
- Murwanti dan Pratiwi.(2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepercayaan online*. Jurnal Riset Manajemen & Bisnis 2017 ISBN: 978-602-361-067-9
- Nadia Nailil Ulya, Sri Rahayu Tri Astuti. *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Optik Gajahmada Semarang*. DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 5, Nomor 3, Tahun 2016, Halaman 1-8 ISSN (Online): 2337-3806.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurjanah, Siti.(2019). *Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Terhadap niat Beli Ulang Tiket Pesawat*. eJournal Administrasi Bisnis, 2019,7(1): 289-302 ISSN 2355-5408
- Nurlitasari, L., Yanuar R Syah, T. (2016), *Kualitas Layanan Berpengaruh terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Dirumah Sakit Medika Permata Hijau Jakarta Barat*, Media Studi Ekonomi 19 (1)
- Santouridis, Ilias.(2018). *E-service Quality and its Impact on Costumer Satisfaction and Trust*. *Journal International Conference on Enterprise Systems, Accounting and Logistics*. ISBN 978-960-287-121-8
- Sagala, C., Destriani, M., Putri, U. K., & Kumar, S. (2014). *Influence of Promotional Mix and Price on Customer Buying Decision toward Fast Food sector : A survey on University Students in Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) Indonesia*. International Journal of Scientific and Research Publications ISSN : 2250-3153, 4(1), 1–7.
- Sari, Yulisetiari, Sudaryanto.(2016). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap niat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman*

*Saleh Situbondo. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 10, No. 2 Mei 2016. Hal. 115 – 126*

Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.

Siti Khairani. 2015. *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Melalui Media Sosial (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi STIE MDP)*. SNEMA-2015. 978-602- 17129-5-5.

Surawiguna, Tri Juwari. 2010. *e-commerce in information age* . Jurusan Sistem Informasi. STMIK Amikom. Jogjakarta. Halaman 5-15

Tjiptono, Fandy. 1997. *Manajemen Pemasaran edisi 2*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.

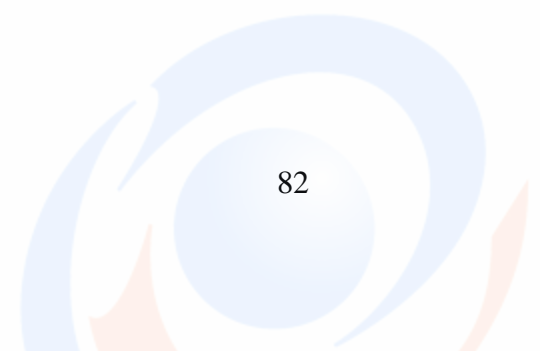
Wulan, S., & Lestari, A. (2019). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Bertransaksi Online Melalui Aplikasi Shopee Terhadap Niat Pembelian Ulang Konsumen*. 7(1), 262–275.

Wahyono dan Susilawati.(2016). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Memilih Kuliah*. Jurnal Indonesia Membangun Vol. 2, No. 1. Mei-Agustus 2016. ISSN : 1412-6907

Wijaya, Astuti.(2018). *The Effect of Trust and Promotion to Repurchase Intention in Online Shopping*. International Conference on Economics, Business and Economic Education 2018 Volume 2018.

<http://supplychainindonesia.com/new/peran-logistik-dalam-kemajuan-e-commerce-indonesia/>

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4373346/shopee-ungguli-lazada-dan-tokopedia-jadi-e-commerce-terpopuler>



Universitas Esa Unggul