

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, J., Hatane, D., & Siwalankerto, J. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–10.
- Anton, K. T. (2014). Keterkaitan E-Service Quality dan E-Recovery Service Quality Maskapai Penerbangan Air Asia dengan Menggunakan Structural Equation Modelling. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2), 101–111.
- B. Alexander, D. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Demirci, F., & Kara, A. (2014). Journal of Retailing and Consumer Services Supermarket self-checkout service quality , customer satisfaction , and loyalty : Empirical evidence from an emerging market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21, 2013–2015.
- Dian, R., & Effy, A. (2013). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction (Studi Pada Online Shop Gasoo Galore)*. (1999).
- Hidayah, R. T. (2017). Pengaruh E –Trust Dan Marketing Public Relation Terhadap E –Loyalty Konsumen Situs Jual Beli Lazada. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 02(2), 1–17.
- I Made, I. P. (2016). Pengaruh Online Trust dan Perceived Enjoyment Terhadap Online Shopping Satisfaction dan Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(11), 7214–7244.
- Jonathan, H. (2013). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Berdampak Pada Customer Loyalty. *Journal The WINNERS*, 14(2), 104–112.
- Juliani, M. (2013). *Analisis Pengaruh E-Service Quality, Customer Value, dan Customer Satisfaction*. 1–12.
- Kotler, Philip, and G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Keduabelas*. Jakarta: Erlangga.
- kotler, Philip, and K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran jilid 1-13*. Jakarta: Erlangga.
- Luh, N., Yolandari, D., Made, N., & Kusumadewi, W. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Ulang secara Online melalui Kepuasan Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5343–5378.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p6>

- Manurung, P. (2014). *Analisis Jalur Path Analysis Teori Dan Aplikasi Dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Noronha, A. K., & Rao, P. S. (2017). Effect of Website Quality on Customer Satisfaction and Purchase Intention in Online Travel Ticket Booking Websites. *Journal Management*, 7(5), 168–173. <https://doi.org/10.5923/j.mm.20170705.02>
- Nurlina. (2017). Pengaruh E-Service Quality, dan Kepercayaan Online Terhadap Minat Pembelian Toko Online. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(2), 83–93.
- Pujastuti, E., & Winarno, W. W. (2014). Pengaruh E-Commerce Toko Online Fashion Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Citec Journal*, 1(2), 139–153.
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(1), 1–12.
- Sosiawan, M., & Sandhika, V. V. (2016). *Analisa Dimensi Website Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Surabaya Dalam Melakukan Reservasi Hotel Secara Online*. 36–38. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/4131/3784>
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi (Cet.1)*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Start Up.
- Tjiptono, C. (2007). *Service, Quality and satisfaction*. ANDI.
- Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partipasi Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 155–168.