

DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, B. 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.
- Akbar, R. (2013). Pengaruh Inovasi Produk dan Selebriti Endorser Terhadap Niat Beli Ulang Sepeda Motor Otomatis Honda. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Volume 6 No. 1 Agustus*, 13(1), 43–51.
- Alcoba, D. R., Oña, O. B., Massaccesi, G. E., Torre, A., Lain, L., Melo, J. I., Peralta, J. E., & Oliva-Enrich, J. M. (2018). Magnetic Properties of Mononuclear Co(II) Complexes with Carborane Ligands. *Inorganic Chemistry*, 57(13), 7763–7769. <https://doi.org/10.1021/acs.inorgchem.8b008>
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna i-Saku Di Indomaret. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 473–478. <https://doi.org/ISSN 2337 - 6078>
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2>
- Christian, R. P., & Mananeke, L. (2016). Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bpjs Di Rsud Sam Ratulangi Tondano the Impact of Promotion Strategy and Quality of Service To Satisfaction of Health Insurance Customer in Public Hospital of Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 121(2), 121–132.
- Cravens, D. W. (2017). *Pemasaran Strategis* (4th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- David, J., & Whittam, G. (2008). *Middlesex University Research Repository*.
- Dwihapsari, E. R., & Murni, Y. (2017). *Pengaruh Positioning , Diferensiasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Buku Mimpi Sejuta Dolar Dengan Promosi Sebagai Variabel Intervening*. 1(2), 104–110.
- Futrell, C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th, ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Hadi, A. S., & Hadi, A. S. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Pasta Gigi. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 5(1), 53–63.

- Hasiholan, L. B. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Gaya Hidup Modern Terhadap Keputusan Untuk Berlangganan Internet Tv Kabel MNC Play (Studi Kasus Pada PT. MNC Kabel Mediacom Semarang). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Gaya Hidup Modern Terhadap Keputusan Untuk Berlangganan Internet Tv Kabel Mnc Play (Studi Kasus Pada PT. MNC Kabel Mediacom Semarang)*, 1–13.
- Hidayah, U. N. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan. *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hidayat, A. 2010. *Uji Persyaratan Analisis*. Bandung: Rineka Cipta
- Irfanudin, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Semarak*, 2(1), 1–20. <https://doi.org/10.32493/smk.v2i1.2662>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. 15e, Boston, Pearson Education.
- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.23767>
- Mas'adi, M. (2018). Pengaruh Iklan, Kemudahan Penggunaan, Resiko dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Nasabah Internet Banking Bri Pada Nasabah Bri Unit Malabar Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, 2(1), 1–16.
- Maulana, I., & Suryaningwulan, R. P. (2020). Peran Daya Tarik Konten, Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Interaksi Layanan dalam Meningkatkan Pembelian Daring di Ecommerce Blibli.com di Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 78–84.
- Oh, H., & Kim, K. (2017). Customer satisfaction, service quality, and customer value: years 2000-2015. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 2–29. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0594>
- Oliver, J. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Pada Niat Beli Ulang Uji E-Satisfaction Sebagai Variabel Pemeditasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO97811074153>
- Pawanchik, S., & Mustapha, Y. (2012). Perceptions on service quality and ease-of-use: evidence from Malaysian distance learners. *Malaysian Journal of Distance Education*, 14(1), 99–110.

- PratamaYudha, S. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood.*, 77–90.
- Pribadi, R. M., & Kusdiby, L. (2017). *Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kegunaan Penggunaan terhadap Sikap Penggunaan : Studi Kasus Pada Grab*. 629–636.
- Putra, K. M., Sari, P. K., & Kom, S. (2017). (*Survey Pada Nasabah Bank Mandiri*) *The Effect Of Customer Perception On Risk , Trust , Usefulness , And Ease Of Use On The Use Of Internet Banking (Survey of Bank Mandiri Customers)*. 6(2), 2712–2723.
- Rohmatin, I., & Andjarwati, A. L. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Beli Ulang Dengankepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 104–112.
- Ronny. (2017). Enam Kekuatan Layanan Jasa Internet Banking: Tinjauan Dari Persepsi Nasabah. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13(2), 86–98.
- Ruswanti, E. (2012). Pengaruh Service Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Widya*, 29(3), 49–54.
- Ruswanti, E., Hapsari, N. P., Januarko, M. U., & Kusumawati, M. D. (2019). Analysis Advertising, Sales Promotion, Personal Selling and Direct Selling on Purchase Intention Vegetables in Retail West Jakarta. *International Conference of Organizational Innovation (ICOI 2019)*, 100(1), 657–662. <https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.115>
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika Dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128–147.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Widhiani, A., & Idris. (2018). Terhadap Minat Beli Di Situs Bukalapak (Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journalofmanagement*, 07(02), 1–6. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php>
- Yusran, I., & Usman, O. (2019). Effect Of Ease Of Use, Service Quality, Price and Brand Image on Purchase Decision in Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(1).

Internet

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200205204206-206-472064/tren-dan-peluang-industri-e-commerce-di-indonesia-2020> di akses pada tanggal 13/03/2021:00

<http://rahmaovitasari.blogspot.com/2017/06/perkembangan-teknologi-e-commerce.html> di akses pada tanggal 14/03/2022:31

<https://www.pegipegi.com/faq/> di akses pada tanggal 14/03/2023:48

https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik di akses pada tanggal 15/03/20206:24

<https://supplychainindonesia.com/new/peran-logistik-dalam-kemajuan-e-commerce-indonesia/> di akses pada tanggal 15/03/20208:16

<https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/situs-online-booking-tiket-pesawat-dan-travel-fase-2-2019/> di akses pada tanggal 16/03/20219:30

<https://www.pegipegi.com/faq/> di akses pada tanggal 17/03/2023:15

<https://id.wikipedia.org/wiki/Pegipegi> di akses pada tanggal 17/03/2023:30