

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Ramli Akbar. 2016. *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang di Toko Online*. Jurnal FEB UMM. Hal 158-164.
- Alma, Buchari. 2012 . *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Behjati, S. 2012. *Interrelation between E-service Quality and E-satisfaction and Loyalty*. Journal European Journal of Business and Management. Vol 4 (9). Hal 75 – 85.
- Cooper, Donald R. dan C. William Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis. Edisi 5 Jilid 1*. Jakarta :Erlangga.
- DetikInet. 2020. *Pengguna Internet Indonesia* dalam <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna> di akses pada 08 Oktober 2020.
- Dhurup, Manilall., Mafini, Chendedzai., & Dumasi, Tshepiso. (2014). *The Impact of Packaging, Price, and Brand Awareness on Brand Puasty: Evidence from The Paint Retailing Industry*. Acta Commercii, Vol. 14 (1). Hal 194-203.
- Fadli, U. M. (2013). *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Farina Beauty Clinic Jalan Kertabumi No 23 Karawang*. Jurnal Manajemen, 10(3), 1236–1253.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- Frankel, Jack R dan Norman E. Wallen. (1993). *How to design and Evaluate Research in Education. 2nd edition*. New York: McGraw hill Inc.
- G.W, Rosita, Sudaryanto dan N. Ari Subagio. 2017. *Pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Jasa J&T Express di Kabupaten Jember*. Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke 9. Universitas Negri Jember.
- Hidayat, Ismail, Rois Arifin dan Agus Priyono. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Informasi Pengguna E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Situs Bukalapak.com* (Studi pada Mahasiswa S1 Fak. Ekonomi Unisma Angkatan 2013). E- Jurnal Riset Manajemen. Malang: Universitas Islam Malang.
- Huang, Chu-Chen, Szu-Wei Yen, Cheng-Yi Liu dan Te-Pei Chang. 2014. *The Relationship Among Brand Equity, Customer Satisfaction, and Brand Resonance to Repurchase Intention of Cultural and Creative Industries in Taiwan*. International Journal of Organizational Innovation. Vol 6 (3).

- Katadata. 2020. *Top 6 E-Commerce Yang Banyak Dikunjungi di Indonesia* dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21/peta-persaingan-e-commerce-indonesia-pada-kuartal-ii-2020> di akses pada 24 September 2020.
- Kotler, Philip Bowen. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip Bowen dan Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*,. Jilid 1 Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip Bowen dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. 13th Edition. Jilid 1 dan 2. Ahli Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, Dewi, Suharyono dan Andri Kusumawati. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang*. Jurnal Adminitrasi Bisnis. Vol 14 (2).
- Lau, Teck-Chai, Choon-Ling Kwek dan Hoi Piew Tan. 2011. *Airline e-Ticketing Service: How-Service Quality & Customer Satisfaction Impacted Purchase Intention*. International Business Management. Vol 5 (4). Hal 200-208.
- Laudon, Kenneth C dan Jane P. Laudon. 2014. *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital*. Edisi 13. Jakarta: Salemba Empat.
- Latmawati, Yulna Dewita Hia dan Rika Verwati. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Selera Konsumen terhadap Pembelian Ulang Beras Sipulau di Kejorongan 3 Pangian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Toko Tuan Muda)* Jurnal Pendidikan Ekonomi. Vol 1(3). Hal 1 – 16.
- Lodhi, Nawaz Rab. 2013. *Effect of Brand Image On Brand Loyalty And Role Of Customer Satisfaction In It*. World Applied Sciences Journal. Vol 26 (10). Hal 1364-1370.
- Lorena, Sepni. 2018. *Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction yang berdampak pada E-Loyalty (Studi pada Situs Belanja Online Bukalapak.com)*. Skripsi. Lampung: Universitas Lampung.
- Lovelock, Christopher. 2010. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Malik, Muhammad Ehsan Malik, Muhammad Mudasar Ghafoor dan Hafiz Kashif Iqbal. 2012. *Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector*. International Journal of Business and Social Science. Vol 3(23) Hal 123-129.
- McLeod, Jr Raymond an George P. Schell. *Sistem Informasi Manajemen*. Edisi Terjemahan. Jakarta: Salemba Empat.
- Mendrika, Sydney Grashelita. 2017. *Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli Ulang Oriflame Studi Kasus Mahasiswa Kampus I Universitas Sanata Dharma*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanatha Dharma.
- Nisa, Athiyah Sholihatun. 2018. *Analisis Pengaruh Harga Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dalam Berbelanja Online di Instagram*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Nursaidah. (2019). *Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Relationship Management Dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 5(1), 85–95.
- Nyadzayo, Munyaradzi W dan Khajehzadeh, Saman. (2016). *The Antecedents of Customer Puasty: A Moderated Mediation Model of Customer Relationship Management Quality and Brand Image*. Journal of Retailing and Consumer Services. Vol. 30, pp. 262270.
- Parasuraman, A Parsu, Valerie A. Zeithaml, dan Arvind Malhotra. 2005. *E-S- Qual: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*. Journal of Service Research. Vol 7 (3). Hal 213 – 233.
- Pearson, McLeod. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Salemba. Jakarta.
- Pierendra, Agam. 2017. *Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Bukalapak.com (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah)*. Jurnal Mahasiswa. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Pollack. 2009. *Linking the Hierarchical Service Quality Model to Customer Satisfaction and Loyalty*. Journal of Service Marketing. Vol 23(1). Hal 42-50.
- Porter, Michael. 2008. *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Rahayu, Evita. *Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyaly pada Toko Online Shopee) Studi Kasus pada Pengguna Toko Online Shopee)*. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Randi. 2016. *Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli pada Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru)*. Jurnal Ilmu Adminitrasi. Riau: Univeritas Riau.
- Riduwan, Ahmad. 2007. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.(Rizan, Saidani, & Sari, 2012)
- Rizan, M, Saidani, B., & Sari, Y. (2012). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 3(1), 1-7
- Sarwoko. 2007. *Statistik Inferensi Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sasono, Eko. *Kepuasan Pelanggan: Petunjuk Penting Untuk Membina Relasi Dengan Pelanggan*. Jurnal Ekonomi. Semarang: Universitas Pandanaran Semarang.

- Septiani, Anggita. 2016. “*Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction Bukalapak (Studi Kasus pada Pelanggan Bukalapak)*”. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Septianita, Winda , Wahyu Agus Winarno dan Alfi Arif. 2014. *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Empiris pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 9 Jember*. E-jurnal ekonomi bisnis dan Akuntansi. Vol 1 (1). Hal 53-56.
- Setiadi, Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi 4 . Cetakan Revisi. Jakarta : Kencana.
- Steveri, Erfan dan Kwek Choon Ling. 2012. *The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity*. Asian Social Science. Vol 9 (3). Hal 125-137.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabetha.
- Sukatende, A. K. 1990. *Public Relations Perusahaan*. Bandung : Fikom Unpad.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet “Implikasinya pada Strategi Pemasaran”*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suyanto M. 2003. *Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andia.
- Swaid Samar I dan Rolf T. Wigand. 2007. *Measuring the Quality of E-Service: Scale Development and Initial Validation*. Journal of Electronic Commerce Research. Vol 1 (1). Hal 13-28.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tobagus, Anita. 2018. *Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Pengguna di Situs Tokopedia*. Jurnal Agora. Vol 6 (1). Hal 1 – 10.
- Tokopedia. 2020. *Informasi Terbaru dari Inovasi Tokopedia dalam <https://www.tokopedia.com/about/innovation>* diakses pada 08 Oktober 2020.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Wang, Sujuan., Hu, Qiying., & Liu, Weiqi. (2017). *Price and Quality-Based Competition and Channel Structure with Consumer Puasty*. European Journal of Operational Research. Vol. 2.Hal 52-84.
- Widodo, Tosan. 2016. “*Pengaruh Brand Image, Atribut Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Progo*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Yulisetiari, D. dan Y. A. Prahasta. 2019. *The Effect Of Price, Service Quality, Customer Value, And Brand Image On Customers Satisfaction Of Telkomsel Cellular Operators In East Java Indonesia*. International Journal Of Scientific And Technology Research. Vol. 8(3). Page 5-9.

