

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N., 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*, cetakan 1. Surakarta.
- Ali, P., (2010), “*Online Shopping, Customer Satisfaction and Loyalty in Norway*”, Business Administration : MBA Program BIEKINGE TEKNISKA HONGSKOLA.BTA, Univesity in Karlskrona, Swedia.
- Andhini, A., (2017), “ Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen pada E – Commerce”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 7, pp. 3-12.
- Chinta, R.C.M., David, L., dan Pali, C., (2015), “Hubungan antara Self – Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011”, *Jurnal e- Biomedik (eBm)*, Vol. 3, No. 1, pp. 130.
- Djarwanto, PS., 1982. *Statistik Sosial Ekonomi*. edisi 1 jilid 1. Surakarta : bagian penerbitan fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Fitriyana, F., Mustafid, dan Suparti, (2013), “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Online Shop menggunakan Struktural Equation Modeling, *Jurnal GAUSSIAN*, Vol. 2, No. 2, pp. 100.
- Ghozali, I., 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. edisi ke-5. Semarang : bagian penerbitan Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta : Universiatas Diponegoro.
- Humarah, F.A., (2012-2013), “Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Online Market di Indonesia”, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 5, No. 6, pp. 220-252.
- Kamilullah, J., Kusyanti, A., dan Aryadita, H., (2018), “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Reputasi terhadap Loyalitas Konsumen Online Shop dalam Pembelian Produk di Toko XYZ”, *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, Vol. 2, No. 7, pp. 2660.
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2009. *Manajemen Pemasaran*. edisi 13 jilid 1. Jakarta : Erlangga.

- Lin, G.T.R., dan Sun, C., (2009), "Factors Influencing Satisfaction and Loyalty in Online Shopping : an Integrated Model", *Jurnal Emerald Insight*, Vol. 33, No. 3, pp. 458-466.
- Luthfillah, M., 2013, Loyalitas Konsumen (Definisi Konsep), LUTHVIELLAH'S NOTE.<http://luthviellahberkata.blogspot.co.id/2013/06/loyalitas-konsumen.html?m=1>, diakses pada tanggal 17 Oktober 2017. Pengertian Loyalitas Konsumen.
- Mardalis, A., (2005), "Meraih Loyalitas Pelanggan", *Jurnal BENEFIT*, Vol. 9, No. 2. pp. 111-113.
- Mardiani, I.E., dan Imanuel, O.J., (2013), "Analisis Keputusan Pembelian Konsumen melalui Media Online (E- Marketing)", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 4, No. 2, pp. 153-154.
- Prasetyo, H.D., dan Purbawati, D., (2016), "Pengaruh E- Service Quality dan E-Security Seals terhadap E- Satisfaction melalui Keputusan Pembelian Konsumen E- Commerce", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 5, No.2, pp. 130.
- Priyatno, D., 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. edisi ke- 1. Yogyakarta : ANDI.
- Sadgotra, W., dan Saputra, E.H., (2013), "Perencanaan Online Market Place untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Purworejo", *Jurnal Ilmiah DASI*, Vol. 14, No. 4, pp. 54.
- Saragih, H., dan Ramdhany, R., (2012), "Pengaruh Intensi Pelanggan dalam Berbelanja Online kembali melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (FJB) Kaskus", *Jurnal of Information System*, Vol. 8, No. 2, pp. 106.
- Shinta, A., 2011. *Manajemen Pemasaran*, Cetakan pertama. Malang : Universitas Brawijaya press (UB Press).
- Siagian, H., dan Cahyono, E., (2014), "Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, pp. 57.
- Soo Ting, O., Arif, M.S.M., Zakuan, N., Sulaiman, Z., dan Saman, M.Z.M., (2016), "*E- Service Quality, E- Satisfaction and E- Loyalty of Online Shoppers in Business to Consumer Market, Evidence from Malaysia*", Business Administration Management and Mechanical, University Teknologi Malaysia (UTM), Skudai, Johor, Malaysia.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta.

- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Suhari, Y., Redjeki, R.S.A, dan Handoko W.T., (2012), “Perilaku Konsumen Online (Pengaruh Nilai, Kepuasan, dan Inersia terhadap Loyalitas)”, *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, Vol. 17, No. 1, pp. 49-56.
- Tim Lab Manajemen, 2016. *Modul Komputer Statistik*. Surakarta.
- Trisnawati, E., Suroso, A., dan Kumorohadi, U., (2012), “Analisis Faktor-Faktor Kunci dari Niat Pembelian Kembali secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Fesh Shop)”, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*”, Vol. 19, No. 2, pp.127.
- Widiyanto, I., dan Prasilowati, S.R., (2015), “Perilaku Pembelian melalui Internet”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 17, No. 2, pp.111.
- Widiyanto, J., 2016. *SPSS for Windows*. edisi 1. Surakarta : Laboratorium Komputer FKIP UMS.