

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Daniel Okki Rizki Kesuma, Azis Fathoni, dan Leonardo Budi Hasiholan. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang." *Journal of Management* 4 (4). <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/990>.
- Anwar, Rosian, dan Wijaya Adidarma 2016 "Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online," 14.
- Ariska, Novi, dan Tri Indra Wijaksana. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang (studi Pada Konsumen Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung)." *eProceedings of Management* 4 (3).
- Arsyanti, Nuri Mahdi, dan Sri Rahayu Tri Astuti. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online Shopastelle, Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 5 (2): 291–301.
- Aryadhe, Pebriana, dan Ni Made Rastini. 2016. "Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Di Pt Agung Toyota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen* 5 (9). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/22987>.
- Astuti, Dewi, dan Febi Nur Salisah. 2016. "Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus: Lejel Home Shopping Pekanbaru)." *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi* 2 (1): 44–49.
- Azhar, N., & Ardi, M. (2008). Uji validitas dan reliabilitas paket multimedia interaktif. *Ilmu Komputer*, 1–15.
- Choirul Marati, Nafisa. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya)." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 3 (3).
- Faradisa, Isti, Leonardo Budi Hasiholan, dan Maria Magdalena Minarsih. 2016. "Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café)." *Journal of Management* 2 (2). <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517>.
- Feronica, Nikodemus Hans Setiadi Wijaya. 2019. "Pengaruh Motivasi Pembelian Hedonis dan Kepribadian Pembelian Impulsif Pada Pembelian Impulsif:

Efek Pemediasi Kecenderungan Pembelian Impulsif dan Efek Pemoderasi Kelompok Referensi Tesis,” 3–19.

- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 20 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hackl, Franz, dan Rudolf Winter-Ebmer. 2019. “Customer reactions to a webshop’s service quality.” *Empirica*, Juli. <https://doi.org/10.1007/s10663-019-09453-6>.
- Huan, Hong, dan Zhou Lijun. 2019. “Research on Consumer’s Purchase Decision.” Dalam . Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/icecsd-19.2019.57>. “IENACO_060 - Nasrullah .S, Famila Dwi Winati”. Diakses 26 September 2019.
- Jiang, Cuiqing, Rao Muhammad Rashid, dan Jianfei Wang. 2019. “Investigating the Role of Social Presence Dimensions and Information Support on Consumers’ Trust and Shopping Intentions.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 51 (November): 263–70. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.06.007>.
- Kotler, Philip T., dan Kevin Lane Keller. 2011. *Marketing Management*. 14 edition. Upper Saddle River, N.J: Pearson.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong, Garry. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mukherjee, A. & Nath, P. (2003). A Model of Trust In Online Relationship Banking. *The International Journal of Banking Marketing* Bradford. 21(1), 52-67.
- Nangi, Iman Yosafat, dan I. Putu Gde Sukaatmadja. 2015. “Pengaruh Aplikasi Tam Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Membeli Ulang Menggunakan E-Commerce Dalam Pembelian Produk Pakaian Dan Aksesoris.” *E-Jurnal Manajemen* 4 (7). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/11792>.
- Nursalim, Elia Rapha Tister, dan Trianggoro Wiradinata. 2016. “Analisis Jalur Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Desain Website Terhadap Minat

Beli Ulang, Dengan Ecommerce Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Produk E'chick Secara Online." *Performa* 1 (1): 44–52.

Pratama, Dian Wahyu, dan Suryono Budi Santoso. 2018. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original." *Diponegoro Journal of Management* 7 (2): 139–49.

Prathama, Frenky. 2019. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada." *Agora* 7 (1). <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8142>.

Ramaputra, Brian, dan Agus Hermani D.s. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada E-Cinema Entertainment Plaza Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 7 (1): 100–107.

Rinaldi, Adhitya, dan Suryono Budi Santoso. 2018. "Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Traveloka di Kota Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 7 (2): 1–14.

Saidani, Basrah, Lisa Monita Lusiana, dan Shandy Aditya. 2019. "Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee." *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 10 (2): 425–44.

Samudro, Naval. 2019. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN INFORMASI , ONLINE TRUST , SERTA SALES PROMOTION TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN CUSTOMER EXPERIENCE." *Ekonomika, Bisnis, and Diponegoro* 2019.

Sari, N. K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Bei Ulang pada Cafe Sawah Pujon Malang. Universitas Muhammadiyah Malang, 1.

Sari, Rini Kartika, Diah Yulisetiari, dan Sudaryanto Sudaryanto. 2016. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo." *Bisma* 10 (2): 115–26.

- Sidharta, Iwan, dan Boy Suzanto. 2015. "Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce." *Jurnal Computech & Bisnis* 9 (April): 23–36.
- Sullivan, Yulia W., dan Dan J. Kim. 2018. "Assessing the Effects of Consumers' Product Evaluations and Trust on Repurchase Intention in e-Commerce Environments." *International Journal of Information Management* 39 (April): 199–219. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.008>.
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tilaar, Florida, S. L. H. V. Joyce Lopian, dan Ferdy Roring. 2018. "Pengaruh Kepercayaan, Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shoppe Secara Online Pada Anggota Pemuda Gmim Zaitun Mahakeret." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6 (4).
- Wildinata, M. Farouqy. 2019. "Pengaruh Potongan Harga dan Brand Image Terhadap Impulse Buying (Konsumen Wrangler di Bandar Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam)," 17–158.
- Wong, K. K. K.-K. (2013). 28/05 - Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1),1–32.
- Yuliana, Ade. 2019. "Analisis Pengaruh Kualitas Website, Promosi Penjualan, dan Dorongan Berbelanja Hedonis Melalui Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif Shopee Indonesia," 1–39.