

DAFTAR PUSTAKA

- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com. *Journal of Management*, 5(2), 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13857>
- Ani Yuningsih, Nitia Gumiati. (2015). Hubungan Antara Kinerja Customer Service Dengan Kepuasan Pelanggan. *Penelitian SpeSIA, Hubungan Masyarakat. UNISBA*.
- Andi Ibrahim, Asrul Haq Alang, Madi, Baharuddin, Muhammad Aswar Ahmad, Darmawati, 2018, *Metodologi Penelitian*, Cetakan I, Gunadarma Ilmu
- Bpu, P., & Indah, R. (2009). *CUSTOMER SERVICE RELATIONS DAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi Korelasi Antara Pelayanan Customer Service Relations dan*.
- Cahyani, A., Made, I., Gunadi, A., & Mbulu, Y. P. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Pada Pt. Traveloka Indonesia. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(1), 25–36. www.traveloka.com
- Cahyono, E. (2015). Analisis Website Quality Terhadap Satisfaction , Trust dan Loyalty Pada Pelanggan Online Shop. *Petra Business & Management Review*, 2, 66–83.
- Devi, P. S. C., & Sulistyawati, E. (2018). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Online Trust terhadap Repurchase Intention (Studi pada Konsumen Florist Online di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(6), 2856. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i06.p01>
- Dewi, M., & Runyke, M. (2013). Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 79–90.
- Fadillah farah (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Makanan Di Grandis Barn Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening. Skripsi.
- Faiq Fatoni. Pengaruh Keamanan, Privasi, Kualitas Informasi dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Trust di Lazada (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Kebumen), faiq_fatoni@rocketmail.com. <http://www.lib.stieputrabangsa.ac.id/repository/145501878.pdf> [02 April 2021)
- Fatlina Aulia (2014). Perancangan Tampilan Web Design Toko Grand Central Bukittinggi. Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS Universitas Negeri Padang, *Jurnal UNP*. <https://docplayer.info/42991698-Perancangan->

tampilan-web-design-toko-grand-central-bukittinggi-jurnal.html [02 April 2021]

Han, H., Lee, K. S., Chua, B. L., Lee, S., & Kim, W. (2019). Role of airline food quality, price reasonableness, image, satisfaction, and attachment in building re-flying intention. *International Journal of Hospitality Management*, 80(September 2018), 91–100. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.01.013>

Junaidi, N. W., Sugiharto, D. S., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2020). *customer value*. 3(1), 1–12.

Kamus Bahasa Indonesia edisi elektronik(2008), Internet

<https://kbbi.web.id/internet> [05 April 2021]

Kho, J. (2012). Analisis Pengaruh Websitedesign, Reliability, Customer Service, Dan Trust Terhadap Online Shopping Pada Toko Gramedia Online. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(4), 1–7.

Kinasih, B. S., & Albari, A. (2012). Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss1.art3>

Nurfatimah, E., Saputra, W. T., & Wahyuningratna, R. N. (2020). Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu AZA 6 Edisi Hari Merdeka Consumer Behavior in Buying Decisions for Aza Shoes 6 Independence Day Edition. 2(2).

Octabriyantiningtyas, D., Suryani, E., & Jatmiko, A. R. (2019). Modeling customer satisfaction with the service quality of E-money in increasing profit of Pt. Telekomunikasi Indonesia. *Procedia Computer Science*, 161, 943–950. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.203>

Rasli, S., Khairi, N., Ayathuray, H., & Sudirman, M. S. (2015). *The Impact of Website Quality on Customer Satisfaction*. December. https://www.researchgate.net/publication/329916119_THE_IMPACT_OF_E-BUSINESS_WEBSITE_QUALITY_ON_CUSTOMER_SATISFACTION

Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>

Riwan Eka Septiyan (2017). Perancangan Web Design Goodwill Store Padang. *Jurnal Karya Akhir UNP*. <https://docplayer.info/71917064-Perancangan-web-design-goodwill-store-padang-jurnal-karya-akhir-oleh-ridwan-eka-septiyan-nim-2012.html> [03 April 2021]

Riza, S., & Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh E-Service Quality , Kualitas Informasi dan Persepsi Kemudahan terhadap E-Loyalty dengan E-

- Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–13.
- Rumetna, M. S. (2018). Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(3), 305.
- Rusmawati, Y. D., & Ristyanadi, B. (n.d.). *Analisis Pelayanan Cs (Customer Service) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Danamon Di Sukodadi Lamongan*. 1092–1100.
- RR Ukirsari Manggalani, Tivan Rahmat 2020, 5 Fitur Ini Bikin Belanja di Tokopedia Lebih Murah, Suara.com
<https://www.suara.com/tekno/2020/06/28/120000/5-fitur-ini-bikin-belanja-di-tokopedia-lebih-murah>
- Serila vivi (2019). Pengaruh Kualitas pelayanan Elektronik Toko Online Tokopedia Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. Skripsi.
- Tanjung, A., & Sanawiri, B. (2017). PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER RETENTION (Survei pelanggan J.Co Donut & Coffee Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 53(1), 1–7.
- Wijaya, Y. (2019). Pengaruh After Sales Service Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Pt Damai Sejahtera Abadi(Ufo Elektronika) Surabaya. *Agora*, 7(1), 287092.
- Wilson, N., & Keni, K. (2018). Pengaruh Website Design Quality Dan Kualitas Jasa Terhadap Repurchase Intention: Variabel Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 291.
<https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i2.3006>