

DAFTAR PUSTAKA

- Abdalslam. S.Imhed.Moohmad, Nurhadiaana Binti Aziza, Mohd Zalisham Jali. 2013. "The Impact of Trust and Paast Experience on intention to Purchase in E-Commerce." *International Journal of Engineerinnng Research and Development Vol. 7*.
- Adams, B. D., Waldherr, S., & Sartori. J. 2008. *Trust in Teams Scale - Trust in Leaders Scale Manual for Administration and Analyses*.
- Adixio, R. F. Dan Saleh. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai yang Dirasakan terhadap Niat Pembelian Ulang melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria di Surabaya. *Journal of Business and Banking*. Vol 3, No.2. Hal 151-164.
- Agarwal, A. dan R. Shankar. 2003. On-line trust building in e-enabled supply chain. *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol 8, No.4, Hal. 324-334
- Augusty Ferdinad. 2002. *Structual Equation Modeling dalam Penelitian manajemen*. Semarang: penerbit BP UNDIP.
- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Cetakan Ke 3. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Anwar, Rosian dan Wijaya Adidarma. 2016, Pengaruh Kepercayaan Dan Resiko Pada Minat Beli Belanja Online, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol.14, No.2, Juni 2016.
- Ayutthaya, Shanyalak. 2013. Impact Of Perceived Service On Brand Image And Repurchase Intention Of Thai Passengers Towards Low Cost Carriers, *AU Journal of Management*.
- Baek, J., K. Mulik and W. W. Koo. 2007. The Role of the U.S. Dollar in International Trade. *Agribusiness & Applied Economics Report Center for Agricultural Policy and Trade Studies, Department of Agribusiness and Applied Economics, North Dakota State University, Fargo*.
- Baskara, Sukaadmaja, 2016, Pengaruh Online Trust dan Perceived Enjoyment Terhadap Online Shopping Satisfaction dan Niat Beli Ulang Lazada Indonesia. *E-jurnal Manajemen Unud*, Vol 5, No.11, hal 7215-7244.
- Basu, Swastha dan Irawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

- Basyar, Khoirul dan Sanaji, 2016, Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 8 No. 2 Februari 2016.
- Bijmolt, Tammo H.A, Eelko K.R.E Huizingh and Andriana Krawczyk. 2014. Effects of Complaint Behavior and Service Recovery Satisfaction on Consumer Intentions to Repurchase on the Internet. *Internet Research Journal*, Vol. 6, No.1, Hal. 608-628.
- Bulut, Zeki Atıl, 2015, Determinant of Repurchase Intention In Online Shopping: A Turkish Consumers Perspective International, *Journal of Business and Social Science*, Vol 6, No.1, Hal. 2219-6021.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Medaniel. 2001. *Pemasaran* (Edisi Pertama). Salemba Empat: Jakarta.
- Chiu, Chao-Min, Chen-Chi Chang, Hsiang-Lan Chengdan Yu-Hui Fang. 2009. Determinants of Customer Repurchase Intention in Online Shopping. *Online Information Riview*, Vol 33, No 4. Hal. 2076-2104.
- Crosby, Lawrence A. And Nancy Stephens, 1987, Effects of Relationship Marketing on Satisfaction, Retention, and Prices in the Life Insurance Industry, *Journal of Marketing Research*, Vol. 24, No. 4, Hal 404-411.
- Darmawan, Trisnadewi dan Ekawati, 2017, Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada Florist Online di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol 6, No 4, hal. 2076-2104.
- Devi, Putu Sonia Chandra dan Eka Sulistyawati, 2018, Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Online Trust Terhadap Repurchase Intention Studi pada Konsumen Florist Online di Kota Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol7, No.6, 2018, hal.2856-2886.
- Fang, Yu-Hui, chao-min chiu dan eric T.G. Wang, 2011, Understanding Customers Satisfaction and Repurchase Intentions, *Journal of Internet Research*, Vol 21. No 4, Hal. 479-503.
- Ferdinand, Augusty,2002, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferdinand, Agustusy, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi 2, Badan Penebit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fitdiarini, Noorlaily, 2015, Kepercayaan Pelanggan Untuk Melakukan Online Shopping Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.26, No.3, Desember 2015.

- Fisher, Simon, dkk. 2001. *Mengelola Konflik: Ketrampilan & Strategi Untuk Bertindak*. The British Council. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Cetakan Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haekal, Azwar, 2016, Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classfields Di Indonesia, *Journal of Business Management and Eterpreneurship Education*, Vol.1, No.1, April 2016, hal. 181-193.
- Handoko, Laras Putri, 2016, The Effect Of Product Quality And Delivery Service On Online Customer Satisfaction In Zalora Indonesia, *Jurnal EMBA*, Vol.4, No.1, Maret 2016, hal. 1189-1199.
- Hardiawan, Ananda Cahya, 2013, *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ishak, Asmai, 2012, Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Belanja Online: Sebuah Studi Tentang Penyebab (Antecedents) Dan Konsekuensi (Consequents), *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol.16, No.2, Juli 2012, hal.141-154.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2014. *Marketing Management*, edisi 14, Global Edition, United States & Canada : Pearson International Edition.
- Kusuma, P. D., dan Suryani, A. 2017. Peran Customers Satisfaction Memediasi Pengaruh Marketing Mix Terhadap Repurchase Intention. *E-jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol 6, no 3, Hal. 1-27.
- Lacey R, Suh J, Morgan RM . 2009. Differential effects of preferential treatment levels on relationtional outcomer. *J.Serv.Res.*, Vol 9. No 3. Hal 241-256.
- Lee, MKO., and E. Turban. 2010 A trust model for consumer internet shopping. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol 6. No. 1. Hal 75-92.
- Lestari, Fibria. 2018. Pengaruh Web E-commerce, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal lppmunindra*. Vol.10. No.1. 2018.
- Lovelock, Christoper & Lauren Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: PT Indeks.

- Marge Hume and Gillian Sullivan Mort. 2010. "The consequence of appraisal emotion, service quality, perceived value and customer satisfaction on repurchase intent in the performing art." *Journal of Service Marketing* Vol 24. No 2. Hal 170-182.
- Mosavi Seyed Alireza & Ghaedi Mahnoosh. 2011. The effects of relationship marketing on relationship quality in luxury restaurants. *African Journal of Business Management*, Vol.6, No.19, Hal. 6090 – 6102.
- Mowen, John C dan Michael Minor, 2001, *Perilaku Konsumen*, Erlangga: Jakarta.
- Nangi, Imam Yosafat dan Sukaatmadja, I Putu Gede. 2015. Pengaruh Aplikasi Tam dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Membeli Ulang Menggunakan E-Commerce Dalam Pembelian Produk Pakaian Dan Aksesoris. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 4, No 7, hal. 1771-1784.
- Palma, M. A., dan Andjarwati, A. L. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan sebagai variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol 16, No.1, Hal.84-104.
- Palvia, Prashanti, 2009, The Role Trust in E-commerce Relational Exchange: A Unified Model, *Information and Management Journal*, Vol 46, No.4, Hal 213-220.
- Pappas, Ilias O, dkk, 2014. Moderating Effects of Online Shopping Experience On Customer Satisfaction and Repurchase Intentions. *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol 42, No 3, Hal 187-204.
- Pavlou, Paul A, 2001, Consumer Intention to Adopt Electronic E-commerce Incorporating Trust and Risk in The Technology Acceptance Model, *International Journal Electronic Consumer Affairs*, Vol.7 , No.3, Hal 101-134.
- Panjaitan, Januar dan Yuliati, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung, *Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No.2, September 2016.
- Prasetijo. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Prastanti, Gadis Paramita, Srikandi Kumadji dan Kadarisman Hidayat. 2014. Pengaruh Prior Online Purchase Experience Terhadap Trust dan Online Repurchase Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 16. No.1, Hal 1-7.

- Pratomo, Fauzan. 2018. *Analisis Word Of Mouth dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Shampoo Lifebuoy*. Skripsi. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Surabaya.
- Ramadiansyah, Andika. 2017. *Analisis Minat Beli Ulang Pizza Hut Kalirungkut Surabaya*. Skripsi. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Surabaya.
- Rasyid, Rafsanjani Harun Al dan Sugiyono. 2014. Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kepercayaan dan Layanan Terhadap Loyalitas Berbelanja pada Carrefour Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 3. No 12. Hal.40-53.
- Reichheld, F and Scheffer, P. 2000. E-Loyalty, Harvard Business Review. Vol 78.
- Riduwan dan Engkos Ahman Kuncoro. 2008. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Alfabeta.
- Saragih, Hoga dan Rizky Ramdhany. 2012. Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli Kaskus, *Journal of Informations System*. Vol 8. No.2. Hal 100-112.
- Schiffman, Leon G and Leslie L. Kanuk. 2008. *Consumer Behavior Eight edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Shankar, Rohmat Dwi, V., Smith, A. K., dan Rangaswamy, A. 2003. Customer Satisfaction and Loyalty in Online and Offline Environments. *International Journal of Research in Marketing*. Vol 20. No.2. Hal 153-175.
- Sheth, Jagdish N and Mittal, Banwari. 2004. *Customer Behaviour: Managerial Perspective*. Second Edition. Singapore: Thomson.
- Sidaharta, Iwan dan Boy Suzanto, 2015, Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen pada E-commerce, *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol.9, No.1, Juni 2015, hal. 23-26.
- Siyamtinah dan Hendar. 2015. *Meningkatkan Pembelian Ulang melalui kepercayaan dan Kepuasan pada Pembelian Online*. Conference in business, accounting, management 2(1) : Hal 435-448
- Srinivansan, SS., R. Andersonn, and K. Ponnawolu. 2002. Customer Loyalty in e-commerce: an exploration if its antecedents and consequence. *Journal of Retailing*. Vol. 78, No.1, Hal 41-50.

- Swaminathan, V., E. Lepkowska-White, and BP. Rao. 2004. Browser or buyers in cyberspace an investigation of factors influencing electronic exchange. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 5, No 2.
- Sugara, Anang dan Rizki Yudhi Dewantara, 2017, Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online Studi pada Konsumen Z, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 52, No.1, November 2017, hal 8-15.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Administratif Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suprapti, Ni Wayan Sri. 2010. *Perilaku Konsumen*. Udayana University Press.
- Sutabri, T. 2012. *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi Publisher.
- Syamsul Hadi, 2006. *Metodeologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi & Keuangan, Ekonisia*, Yogyakarta.
- Tarik Suryani 2008. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya Pada strategi pemasaran*. Edisi Pertama Graha Ilmu Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trisnawati, Ella, Agung Suroso dan Untung Kumorohadi, 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, September 2012, hal. 126-141.
- Ulumiyah, Lailis dan Sugiono Harry Soesanto, 2016, Analisis Pengaruh WOM, Pengalaman Belanja Online, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Belanja Online Melalui Sikap Belanja Online Studi Pada Online Store Elzatta Hijab, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.XV, No.2, September 2016, hal.107-118.
- Wen, C., Prybutok, V, R., and Xu, C., 2011, An Integrated Model for Customer Online Repurchase Intention, *The Journal of Computer Information*, Vol.52, No.1, Hal 14-23.
- Widyanita, Fika Ayu, 2018, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-commerce Bukalapak Terhadap Kepuasan Konsumen Bukalapak Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Pengguna Bukalapak*, Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Wijaya, Petra Surya Mega dan Christina Teguh, 2012, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli di Online Shop Specialist Guess, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol 7, No 2, Hal. 147-160.

Yolandari, Ni Luh Dian dan Ni Made Wulandari Kusumadewi, 2018, Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan Studi Pada Situs Online Berrybenka.com, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.7, No. 10, 2018, hal 5343-5378.

Yuliarmi, Ni Nyoman & Putu Riyasa, 2007, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar, Vol. 12, No.1, Hal. 9-28.

Yusnidar, Samsir dan Sri Restuti, 2014, Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Kota Pekanbaru, *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, Tahun IV, Nol.12, Juli 2014, hal. 311-329.

Zudiansyah, Muhammad Tajuddin Rahmat, 2018, *Analisis Minat Beli Ulang Jajanan Puduk Di Sindujoyo Gresik*, Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Surabaya.

<https://www.jawapos.com/> diakses pada tanggal (12 Desember)

<https://www.topbrand-award.com/> diakses pada tanggal (26 Desember)

<https://www.ylki.or.id/> diakses pada tanggal (26 Desember)

<https://www.wikipedia.com/> diakses pada tanggal (12 Desember)

<https://www.bukalapak.com/about> diakses pada tanggal (16 Februari)