

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A.A., & Djatmiko, T. 2016. Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-customer Satisfaction* dan *E-Customer Loyalty* pada Lazada.co.id. *Journal E-Proceeding of Management*, 3 (1), 142 – 150.
- Al-dweeri, Rami Mohammad., et al., 2017. The Impact of E-Service and E-Loyalty on Online Shopping: Moderating Effect of E-Satisfaction and E-Trust. *International Journal of Marketing Studies* Vol 9 No. 2.
- Amel, A. F. 2020. Pengaruh Promosi Penjualan Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *Jrmsi - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201-223.
- A, M. F., Muhdiyanto, & Ap, D. 2018. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Ecommerce Terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pada Produk Fashion. *Muhammadiyah International Journal Of Economics And Bussines*, Vol. 1, No. 1:39-45.
- Anderson, E.W. C. Fornell And R.R Lehman. 1994. Customer Satisfaction, Market Share, And Profitability”. *Journal Of Marketing*, Vol. 58 (1); 53-66.
- Bahesti, Farnaz. Et.al., 2012. *E-Service Dimensions and Their Effect on E-Customer Satisfaction in Internet Banking Service*. *Journal Procedia – Social and Behavioral Sciences* 40.
- Daily Social Research. 2021. “*Fintech Annual Report 2018*”. Hal. 18-31.
- Dhiranty, A., Suharjo, B., & Suprayitno, G. (2017). An Analysis On Customer Satisfaction, Trust, And Loyalty Toward Online Shop (A Case Study Of

Tokopedia.Com). *Indonesian Journal Of Business And Entrepreneurship*, Vol. 3, No. 2:101-110.

D. K. Argitama, and S. Suryoko. 2020. Pengaruh *E-Service Quality* Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk *Gopay* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 1, Pp. 80-84.

Dompet Digital Ovo Menjadi Terfavorit Versi Snapcart. Dalam, [https://www.duniafintech.com/Domain-Pet-Digital-Ovo-Terfavorit/](https://www.duniafintech.com/dom-pet-digital-ovo-terfavorit/) Diakses Tanggal 30 Juli 2021 Pukul 02:34

D. R. Fiona, dan W. Hidayat. 2020. Pengaruh Promosi Penjualan Dan *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan *Gopay* Di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 1, Pp. 333-341, Feb.

Elisa, & Saino. 2020. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang Tiket di KAI Acces Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unesa Pengguna Aplikasi KAI Acces). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* Vol 8 No. 3.

Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fiona, Dinar Rian & Hidayat, W. 2020. Pengaruh Promosi Penjualan dan *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan *Gopay* di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol. 9 No. 1.

- Ghezelbash, S, & Khodadi, H. 2017. Evaluating The Impact Of Promotion Price, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction And Repeating Purchase Imcentives (Case Study: Amiran Chain Stores). *The Journal of Internet Banking and Commerce*.
- Ghozali, I. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 24 Update Bayesian Sem Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. 2012. *Customer Loyalty : How To Learn It, How To Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Hamdani, M. Y., dan Mawardi, M. K. 2018. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi*, Vol. 60, No. 1:163-171.
- Harman, M. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Hasna, W. N., dan Trianasari, N. 2020. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dalam Melakukan Transaksi Online Pada Ecommerce Bukalapak. *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol. 4, No. 6:885-899.
- Hendarsono, Gersom dan Sugiono Sugiharto. 2013. Analisa Pengaruh Sales Promotion Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1 No. 2 Hal. 1-8.
- Indonesian Bank: *Fintech* Continues To Lead Digital Payment. Dalam, [https://www.morganstanley.com/id Eas.html?Filter=Technology/](https://www.morganstanley.com/id/Eas.html?Filter=Technology/) Diakses Tanggal 30 Juli 2021 Pukul 02:32.

- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Komara, Anton Tirta. 2013. Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-Recovery Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Serta Implikasinya pada *E-Loyalty* Pelanggan Maskapai Penerbangan Air Asia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* Vol 7 No. 2.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2012. *Prinsip - Prinsip Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2014. *Prinsip - Prinsip Manajemen*. Jilid 1. Edisi 14. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2015. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Edisi 15. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Prinsip - Prinsip Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management 14ed.* Global Edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Cetakan Keempat. Jakarta: Pt.Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.

- Lee, Lynne & Charles, Vincent. 2021. The Impact of Consumers Perceptions Regarding The Ethics of Online retailers and Promotional Strategy on Their Repurchase Intention. *International Journal of Information Management* Vol. 57.
- Lestari, F. A. 2018. Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sosio E-Kons*, Vol. 10, No. 1:87-95.
- Luthfiana, Nadya Andika & Hadi P. Sudharto. 2019. Pengaruh Promosi Penjualan dan *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 8 No. 1.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Madjukie, R., & Harjati, L. 2018. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Zalora Indonesia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 2:124-137.
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Ikhsan, K. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Jurnal Sains Manajemen*, Vol. 5, No. 1:101-119.
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Sunaryo, D. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Merk Terhadap Niat Pembelian Ulang Di Toko Online Tokopedia. *Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 1:60-77.

- Mayasari, D. 2019. The Influence Of Fashion Lifestyle, Sales Promotion And Self-Image To Impulse Buying Behaviour And Customer Satisfaction. *Journal Of World Conference*, Vol. 1, No.1:58-63.
- Meidita, Y., Suprpto, dan Rokhmawati, R. I. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Danloyalitas Pelanggan Pada Ecommerce (Studi Kasus : Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, Vol. 2, No. 11:5682-5690.
- Morisson, M. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mowen, J. C., & Micheal, M. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nashar. 2020. *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Nawang Sari, S., & Pramesti, W. N. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia.Com). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol. 4, No. 3:385- 394.
- Novinda, G., & Sutopo. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Website Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Pembelian Kembali (Studi Pada Toko Online Blibli.Com). *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 6, No. 4:1-10.
- Nursalam, I. P. 2017. *Etika Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: Ub Press.

- Palma, M. A., & 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: 84-104.
- Peraturan System Pembayaran Bank Indonesia. Dalam, https://www.bi.go.id/id/peraturan-sistemembayaran/pages/pbi_111209.aspx Diakses Tanggal 2 Januari 2021 Pukul 17:43.
- Perwira, B. T., Yulianto, E., & Kumadji, S. 2016. Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Transaksi Online Dengan Mobile Application Tokopedia). *Jurnal Administrasi Bisnis* (Jab), Vol. 38 No.2:46-54.
- Peter, J. P., & Olson, C. J. 2014. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Phyu, E., & Sunida, P. 2019. Factors Affecting Satisfaction And Repurchase Intention From Clothing Online Stores Of Myanmar Consumers. *Suthiparithat*, Vol. 33, No. 105:124-136.
- Pohan, F. S., & Aulia, Z. F. 2019. Kualitas Situs Web, Kepercayaan, Dan Loyalitas Konsumen Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, Vol. 2, No. 1:13-22.

- Prakosa, D., & Pradhanawati, A. 2020. Pengaruh E-Trust Dan *E-Service Quality* Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 4:457-464.
- Prisanti, Mega Della. 2017. Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trus* Terhadap *E-Customer Satisfaction* Serta Implikasinya Terhadap *E-Customer Loyalty*. *Journal Of Business Studies UTA'45* Vol 2 No. 1.
- Promosi Go-Jek Dengan *Gopay*. Dalam <https://www.gojek.com/blog/promo/> Diakses 3 Januari 2021 Pukul 12:21.
- Ramkumar, et al., 2017. Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty Empirical Studi in India Online Business. *Journal Kinerja* Vol. 21 No. 1.
- Rintasari, D., & Farida, N. 2020. Pengaruh E-Trust Dan *E-Service Quality* Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pengguna Situs Ecommerce C2c Shopee Di Kabupaten Sleman). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 4:539-547
- Rossanty, Y., Putra Nasution, M. D., & Ario, F. 2018. *Consumer Behavior In Era Millenial*. Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Safrika, Lubis, R., & Idris, S. 2018. Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Fashion Online Di Banda Aceh. *Jurnal Sains Riset*, Vol. 8, No. 2:20-27.

- Saidani, B., & Lusiana, L. M. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)*, Vol 10, No. 2:425-444.
- Santoso, Agus Dan Atik Aprianingsih, 2017. The Influence Of Perceived Service And *E-Service Quality* To Repurchase Intention The Mediating Role Of Customer Satisfaction Case Study: Go-Ride In Java. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. Hal 1-8.
- Septiani, Risa. 2020. Pengaruh *E-Service Quality*, Presepsi Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Peanggan (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi *Online* Gojek di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Vo 17 No 2*.
- Shimp, T. A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (Ub Press).
- Sitorus, O. F., & Utami, N. 2017. *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Fkip Uhamka.
- Siyoto, S., & Sodik, A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suhaily, Lily, & Soelasih, Yasintha. 2017. What Effeect Repurchase Intention of Online Shopping. *International Business Research* Vol 10 No. 12.

- Sumarwan, U. 2017. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran (Edisi 2)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suprpto, R., & Azizi, M. W. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: Myria Publisher.
- Suryani, N. K., & Eka Lestari, P. N. 2020. Pengaruh Website *Quality*, Trust, Dan E-Service *Quality* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Ecommerce. *Jurnal Tiers Information Technology*, Vol. 1, No.2:34-44.
- Tando, et al., 2021. Customer Satisfaction as Mediator Between Website Service Quality and Repurchase Intention: AN Emerging Economy Case. *Journal International* Vol 9 No. 2.
- Tjiptono, F. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Tobagus, Anita. 2018. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *Jurnal Agora* Vol. 6 No. 1.
- Utami, W. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Pada Loyalitas Elektronik (Kepuasan Elektronik Sebagai Variabel Mediasi Dan Kepercayaan Yang Dirasakan Sebagai Variabel Moderasi). *Jurnal Menara Ekonomi*, Vol. 3, No.6:20-32.
- Widyastuti, S. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan: Feb-Up Press.

Zhang, C. B., & Li, Y. 2018. How Social Media Usage Influences B2b Customer Loyalty : Roles Of Trust And Purchase Risk. *Journal Of Bussiness & Industrial Marketing*, Vol. 34, Ed. 7:1-14.

