

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. H. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Andi. Amstrong, P. K. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ananda, R. &. (2017). *Pengantar Evaluasi Program Pendidikan*. Medan: Perdana Publishing.
- Anastasia, F. T. (2019). *Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Anastasia, F. T. (2019). *Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Anderson, R. E. (2021). E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework . *Psychology and Marketing*, 20(2).
- Asad Ahmad., R. O. (2017). Exploring the Role of Website Quality and Hedonism in the Formation of E-Satisfaction and E-Loyalty: Evodence from Internet Users in India. *Journal of Research in interactive Marketing*, 11(2), 246- 267.
- Asmoro, A. A. (2018). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian pada Pengguna Jasa Internet MNC Play Media (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Undip Pengguna Provider MNC Play Media). *Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang*.
- Azhar, A. (2017). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Choi, Y. Z. (2021). Sustainable Management of Online to Offline Delivery Apps for Consumers Reuse Intention: Focused on The Meituan Apps. *Sustainability (Switzerland)*, 13(7).
- Ditya, R. M. (2019). *Apa itu UI dan UX*.
- Fandy Tjiptono., D. A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

- Felita Patricia., E. O. (2019). Pengaruh Sales Promotion Shopee terhadap Impulse Buying Konsumen Studi Kasus : Impulse Buying Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 4(2), 159-185.
- Ferdinand, A. (2019). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitri Rahmadona Amelia., & S. (2020). Pengaruh Likuiditas, Aktivitas, Profitabilitas dan Leverage terhadap Financial Distress (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Jurnal Ecogen*, 3(1), 134-143.
- Ghazali, I. (2006). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. M. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS- SEM): An Emerging Tool for Business Research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Haryono, R. (2016). *Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga. Hasan, A. (2019). *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.
- Icam, S. (2020). *Statistika Penelitian*. Universitas Negeri Gorontalo.
- Kotler, A. S. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kresno Yudho Wicaksono., W. (2019). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction (Studi Kasus pada Mahasiswa FISIP UNDIP yang Pernah Melakukan Pembelian di OLX.co.id). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 47-59.
- Kuncoro, R. (2019). *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Lin, H. (2019). Teaching and Learning Without a Textbook: Undergraduate Student Perceptions of Open Educational Resources. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 20(3).
- Muhammad Fahim, a. A. (2019). Anomaly Detection, Analysis and Prediction Techniques in Iot Environment: A Systematic Literature Review. *IEEE Access*, 7.

- Muhammad, W. (2017). Perancangan User Experience Mahasiswa pada Repositori Institusi IPB Berbasis Mobile Menggunakan Metode Learn UX. *IPB Press*.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Philip Kotler., G. A. (2020). *Principles of Marketing Eight. European Edition*. UK: Pearson.
- Putri, G. E. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-Commerce. *Prosiding Pendidikan Teknologi Fashion, 16(1)*.
- Ranjbarian, B. S. (2020). An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Consumer Satisfaction and Re Purchase Intention in Iranian Department Stores. *International Journal of Business and Management, 7*, 40-48.
- Rhainata, L. A. (2017). The Relationship Between User Experience, Customer Satisfaction, Switching Cost and Customer Loyalty in Indonesia Cellular Operators. *Journal International, 4(3)*, 2851-2857.
- Rifqi Suprpto, S. &. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Septi, H. D. (2019). Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Griya Puspendari Perumahan Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi, 8(1)*, 54-70.
- Suchismita Sengupta, P. S. (2020). Design of a 4 Bit Arithmetic \* Logic Unit, Evaluation of its Performance Metrics & its Implementation in a Processor. *International Conference for Emerging Technology (INCET)*, 1-8.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Szymanski, D. &. (2000). E-Satisfaction: An Initial Examination. *Journal of Retailing, 76*.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Uma Sekaran., R. B. (2019). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian, Edisi 6, Buku 1*. Jakarta : Salemba Empat.
- Yamin, S. d. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Keast Square Path Modelling: Aplikasi dengan Software XLSTAST, SmartPLS, dan Visual PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.