

## DAFTAR PUSTAKA

- Ani Solihat, et all (2019). Analisis kepercayaan dan kualitas situs pada minat beli produk E-Commerce Bukalapak.
- Basaran, U., & Buyukyilmaz, O. (2015). The effects of utilitarian and hedonic values on young consumers' satisfaction and behavioral intentions. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 8(16), 1-18.
- Baskara, I. M. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Pengaruh Online Trust Dan Perceived Enjoyment Terhadap Online Shopping Satisfaction Dan Repurchase Intention Lazada Indonesia. *E-Jurnal Manajemen*, 5(11).
- Bao, H., Li, B., Shen, J., & Hou, F. (2016). Repurchase intention in the Chinese e-marketplace. *Industrial Management & Data Systems*.
- Bilgihan, A., Kandampully, J., & Zhang, T. C. (2016). Towards a unified customer experience in online shopping environments. *International Journal of Quality and Service Sciences*.
- Blibli.com (2019) Blibli.com Bukukan Lonjakan Transaksi Signifikan di Perhelatan Harbolnas 12.12. Diakses pada website [www.blibli.com](http://www.blibli.com)
- Bucko, J., Kakalejčík, L., & Ferencová, M. (2018). *Online shopping: Factors that affect consumer purchasing behaviour*. *Cogent Business & Management*, 5(1), 1535751.
- Bulut, Z. A. (2015). Determinants of repurchase intention in online shopping: A Turkish consumer's perspective. *International Journal of Business and Social Science*, 6(10), 55-63.
- Chung, N., Song, H. G., & Lee, H. (2017). Consumers' impulsive buying behavior of restaurant products in social commerce. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Dailysocial.id (2018). Lanskap E-Commerce di Indonesia dari perspektif konsumen. Diakses pada website <https://dailysocial.id/> (28 November 2019)
- Dama, D. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih laptop acer di toko Lestari Komputer Manado. *Jurnal berkala ilmiah efisiensi*, 16(1).
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 287-292.

- Databoks (2019), Tren Pengguna E-commerce Terus Bertumbuh. Diakses pada website <https://databoks.katadata.co.id> (10 Januari 2020)
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG DI WARUNG KOPI KLOTOK, KALIURANG, YOGYAKARTA. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35-54.
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.
- Google and Tamasek, (2018). *E-conomy SEA 2018*
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online pada Pengunjung Website Classifieds di Inonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 183-195.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37-43.
- I Made Endra Wiartika Putra, Gede Rasben Dantes, I Made Candiasa (2017), model pengukuran tingkat kepercayaan pelanggan (*Online Trust*) Terhadap Situs E-Commerce (Studi Kasus pada Pelanggan E-Commerce di Provinsi Bali).
- Internet World Stats (2019). Asia Marketing Reserch, Internet Usage, Population Statistics and Facebook Subscribers. Diakses pada website [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com) (08 November 2019).
- Indrawijaya, S., Bhayangkari, S. K. W., Isnaeni, N., & Putra, W. E. (2019). Effect of Utilitarian Value and Hedonic Value on the Jambi Batik Purchase Decision. *Academy of Marketing Studies Journal*.
- Janti, S. (2014, November). Analisis validitas dan reliabilitas dengan skala likert terhadap pengembangan si/ti dalam penentuan pengambilan keputusan penerapan strategic planning pada industri garmen. In *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)* (Vol. 15, pp. 155-160).
- Jiyoung Kim, Sharron J. Lennon, (2013) "Effects of reputation and website quality on online consumers' emotion, perceived risk and purchase intention: Based on the stimulus-organism-response model", *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 7 Issue: 1, pp.33-56
- Kim, C., Galliers, R. D., Shin, N., Ryoo, J. H., & Kim, J. (2012). Factors influencing Internet shopping value and customer repurchase intention. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(4), 374-387.

- Matute, J., Polo-Redondo, Y., & Utrillas, A. (2016). The influence of EWOM characteristics on online repurchase intention. *Online Information Review*.
- Prawiranata, H., & Rahmawati, D. (2018). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Gojek Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(4).
- Rahman, S.U., Khan, M.A. and Iqbal, N., 2018. Motivations and barriers to purchasing online: understanding consumer responses. *South Asian Journal of Business Studies*, 7(1), pp.111-128.
- Riri Carissa. 2019. "Pengaruh Perceived Web Reputation, Perceived Web Quality dan E-wom terhadap Repurchase Intention pada Online Marketplace di Indonesia". Depok Universitas Indonesia.
- Rohwiyati, R., & Praptiestrini, P. (2019). The Effect of Shopee e-Service Quality and Price Perception on Repurchase Intention: Customer Satisfaction as Mediation Variable. *Indonesian Journal of Contemporary Management Research*, 1(1), 47-54.
- Safitri, K. (2017). Analisis Pengaruh Customer Experience dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang di Stora Caffe Mmxvi. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 195532.
- Saleem, M. A., Zahra, S., & Yaseen, A. (2017). Impact of service quality and trust on repurchase intentions—the case of Pakistan airline industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Samadi, B., Gharleghi, B., & Syrymbetova, M. (2015). An analysis of consumers' trust, logistic infrastructure and brand awareness towards e-commerce implementation in Kazakhstan. *International Journal of Business and Management*, 10(10), 96.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.
- Sarmina, I., & Zuhra, S. E. (2016). Pengaruh Nilai Belanja Hedonis dan Utilitarian terhadap Loyalitas Destinasi Wisata dengan Kepuasan Belanja Secara Keseluruhan Sebagai Variabel Mediasi pada Destinasi Wisata Kota Sabang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 1(1), 110-125.
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2015). *Perilaku konsumen*. Kencana.
- Similar web (2019). Traffic overview dan rating website marketplace di Indonesia. Diakses pada website [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com). 28 Januari 2020 pukul 22.00 wib

- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna di Situs Tokopedia. *Agora*, 6(1).
- Widianingrum, E., & Alamsyah, D. P. (2019). Pentingnya Kualitas Website Dalam Meningkatkan Perilaku Pembelian Konsumen Secara Online. *Jurnal Sain Manajemen*, 1(1), 96-107.
- 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), 291-310.
- Wikipedia (2016). Perusahaan Bibli.com. Diakses pada website [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) (November 2016).
- Yang, S., Lu, Y., Chau, P. Y., & Gupta, S. (2017). Role of channel integration on the service quality, satisfaction, and repurchase intention in a multi-channel (online-cum-mobile) retail environment. *International Journal of Mobile Communications*, 15(1), 1-25.
- Yusendra, A. E. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan domestik nusantara. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 1(01), 46-64.

