

DAFTAR PUSTAKA

- Ain, N., & Ratnasari, R. T. (2015). Pengaruh citra merek melalui sikap konsumen terhadap niat beli ulang pada produk busana muslim zoya di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(7).
- Al Fian, J., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Arif, M. E. (2019). The Influence Of Electronic Word Of Mouth (Ewom), Brand Image, And Price On Re-Purchase Intention Of Airline Customers. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(2), 345-356.
- Arima, S. I., & Ginting, E. D. J. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth to Repurchase Intention of Shopee Online Store Consumers in Medan City. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*, 19(2), 207-213.
- Chang, H. C., and S. W. Chen. 2008. "The Impact of Online Store Environment Cues on Purchase Intention: Trust and Perceived Risk as a Mediator." *Online Inf. Rev* 32 (6): 818–41.
- Cheung, C. M., Chan, G. W., & Limayem, M. (2005). A critical review of online consumer behavior: Empirical research. *Journal of electronic commerce in organizations (JECO)*, 3(4), 1-19.
- Curtis, T, Abratt, R, Rhoades, D and Dion, P. (2011). Customer Loyalty, Repurchase And Satisfaction: A, MetaAnalytical Review. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 24,1-26.
- Felicia, J., & Oktavia, M. (2018). PENGARUH KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN DALAM MENENTUKAN MINAT PEMBELIAN ULANG PADA TRAVELOKA. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2).
- Frost & Sullivan. (2016). Southeast Asia's E-Commerce market to surpass US\$25 billion by 2020 despite market challenges, finds Frost & Sullivan.
- Ganapathy, D. (2016). Effect of Resin Bonded Luting Agents Influencing Marginal Discrepancy in All Ceramic Complete Veneer Crowns. *JOURNAL OF CLINICAL AND DIAGNOSTIC RESEARCH*. doi:10.7860/jcdr/2016/21447.9028
- Ghafiki, R., & Setyorini, R. (2017). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Bukalapak. com. *eProceedings of Management*, 4(1).
- Goyette, I dan Ricard, L.. (2010). e-WOM Scale:Word of Mouth Measuremen Scale for E Service Context, Vol. 27, maret, hal 5 -23.

- Gruen, T. W., Osmonbekov, T., & Czaplewski, A. J. (2006). eWOM: The impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty. *Journal of Business research*, 59(4), 449-456.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention. *European journal of marketing*.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet?. *Journal of interactive marketing*, 18(1), 38-52.
- Hsu, C. L., Chang, K. C., & Chen, M. C. (2012). The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intention: perceived playfulness and perceived flow as mediators. *Information Systems and e-Business Management*, 10(4), 549-570.
- Kamtarin, M. (2012). The effect of electronic word of mouth, trust and perceived value on behavioral intention from the perspective of consumers. *International journal of academic research in economics and management sciences*, 1(4), 56.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedua Belas), Cetakan Ketiga, PT. Indeks, Jakarta.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*, Edisi 3, Cetakan 1. Jakarta: Erlangga.
- Liang, A. R.-D., & Lim, W. M. (2011). Exploring the online buying behavior of specialty food shoppers. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4).
- McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (2002). Notions of reputation in multi-agent systems: A review. In *Proceedings of the 34th Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Muhsin, A., & Zuliestiana, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Website (Webqual) 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna Bukalapak Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 4(3).
- Nilashi, M., Jannach, D., bin Ibrahim, O., Esfahani, M. D., & Ahmadi, H. (2016). Recommendation quality, transparency, and website quality for trust-building in recommendation agents. *Electronic Commerce Research and Applications*, 19, 70-84.
- Pambudi, D., Ginting, R. S., & Saputra, A. (2020). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUASAN DAN PEMBELIAN KEMBALI PADA BUKALAPAK. *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, 33(1), 30-41.
- Pane, D. N., Fikri, Mi. El, & Ritonga, H. M. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Sidempuan Medan, 9(1), 1-11.
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31-40.
- Rahman, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online”(Studi Kasus pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 52(1), 1-7.

- Rahmi, S., & Amalia, R. (2018). Pengaruh E-WoM Terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya terhadap Niat Beli Konsumen Pada Situs Online Shopee. *Id. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 75-84.
- Rasyid, Rafsanjani Harun Al dan Sugiyono. 2014. Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kepercayaan dan Layanan Terhadap Loyalitas Berbelanja pada Carrefour Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3(12), hal. 40-53.
- Roz, K. (2020). Analisis Pengaruh Website Quality terhadap Kepuasan Pengguna dengan Menggunakan Metode WebQual 4.0. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 8(1), 41-49.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425-444.
- Savitri, E. A., Zahara, Z., & Ponirin, P. (2016). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 2(3), 241-250.
- Sciffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior*. Eight Edition.
- Shin, Y., Van Thai, V., Grewal, D., & Kim, Y. (2017). Do corporate sustainable management activities improve customer satisfaction, word of mouth intention and repurchase intention? Empirical evidence from the shipping industry. *The International Journal of Logistics Management*.
- Shofiyah. (2019). Generasi Milenial, Entrepreneurship dan Globalisasi Ekonomi. *Juornal Of Sharia Economic*, 2, 51–65.
- Sugiyono,(2011). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan, R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung : CV. Alfa Beta.
- Sunarto,(2009). *Manajemen Pemasaran 2*. Aditya Media. Yogyakarta.
- Swari, D. A. K. B. A., & Darma, G. S. (2019). Kepercayaan Lintas Generasi Dalam Penggunaan Social Media dan Electronic Word of Mouth. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 145-161.
- Syafaruddin, Z. (2016). Pengaruh komunikasi electronicword of mouth terhadap kepercayaan (trust) dan niat beli (purchase intention) serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survey pada konsumen online shopping zafertech. com). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1).
- Syahran, (2008). Pengaruh Privasi, keamanan, Kepercayaan dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi Online. Tesis. Program S2 Magister Manajemen Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Tatang, M., & Mudiantono, M. (2017). THE IMPACT OF WEBSITE DESIGN QUALITY, SERVICE QUALITY, AND ENJOYMENT ON REPURCHASE INTENTION THROUGH SATISFACTION AND TRUST AT ZALORA. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 549-559.

- Ukudi, M. B. S. (2007). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Kasus Pada PT. BPR Pasar Kendal. *Journal Bisnis dan Ekonomi*, 14(2), 215-227.
- Ulfa, M., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Kota Padang.
- Umamy, C., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Image serta Dampaknya pada Minat Beli (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang Angkatan 2015 / 2016 Pengguna Smartphone). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 33(1), 114–119.
- Wen, C., Prybutok, V. R., & Xu, C. (2011). An integrated model for customer online repurchase intention. *Journal of Computer Information Systems*, 52(1), 14-23.
- Widiartanto, Y. H. (2016). 2016, Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta. *KompasTekno*: <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132>.
- Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. (2019). The effect of website design quality and service quality on repurchase intention in the e-commerce industry: A cross-continental analysis. *Gajah Mada International Journal of Business*, 21(2), 187.
- Yasa, N. N. K., Yasa, N. N. K., Sukaatmadja, I. P. G., & Sukaatmadja, I. P. G. (2014). The application of technology acceptance model on internet banking users in the city of denpasar. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 16(2).
- Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen*, 7(10), 5343-5378.
- Yusuf, O. (2014). Pengguna Internet Indonesia Nomor EnamDunia, *Kompas*, <http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia> (accessed September 11, 2020).
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2009). The relative importance of website design quality and service quality in determining consumers' online repurchase behavior. *Information Systems Management*, 26(4), 327-337.