

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A., Pradana, M., Wardhana, A., & Adhiim, D. M. (2021). The Effect of E-Service Quality on E-Customer Loyalty of a Financial Technology Applications through E-Customer Satisfaction as Intervening Variable. *ITALIENISCH*, 11(2), 496-501.
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan terhadap toko dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli secara online pada situs jual beli tokopedia. com. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 134-148.
- Alwan, R. N. *Pengaruh Customer Experience Terhadap Electronic-Word Of Mouth Melalui Kepuasan Konsumen pada Wisata Taman Botani Sukorambi Jember*. Universitas Jember. Indonesia
- Amadea, C. (2017). Pengaruh e-service quality terhadap minat beli ulang konsumen online Zalora.
- Amalia, F. (2011). *Analisis Pengaruh Analisis Pengaruh Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Minuman M-150 Di Semarang*. Semarang: Undip.
- Amin, M. (2016). Internet Banking Service Quality And Its Implication On E-Customer Satisfaction And E-Customer Loyalty. *International Journal Of Bank Marketing*, 280-306.
- Amira, A. A., & Syahputra, S. (2020). Pengaruh E-service Quality Terhadap Customer Satisfaction Aplikasi Shopee. *eProceedings of Management*, 7(3).
- Armstrong, M., & Chen, Y. (2020). Discount pricing. *Economic Inquiry*, 58(4), 1614- 1627.
- Andreas, J. (2012). Pengaruh Brand Credibility Terhadap Word Of Mouth Melalui Customer Satisfaction & Customer Loyalty. *Jurnal Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya*, 1-8.
- Ardyanto, D. (2015). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 1-8.

- Astuti, D. Y. (2018). *Pengaruh Harga Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Evaluasi Pembeli Starbucks Coffee di Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia. Indonesia
- Az-zahra, H. N., Tanya, V. A., & Apsari, N. C. (2021). Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 156-165.
- Az'zahra, L. (2021). The Effect Of Service Quality, Brand Image, And Promotion On Customer Satisfaction Of The Go-Food Delivery Application In The Covid-19 Pandemic Era In Jakarta. *Global Research On Sustainable Transport & Logistics*, 520-533.
- Bagus, R.A (2022). *Promo ShopeeFood Bermasalah*. Diakses dari <https://mediakonsumen.com/2022/03/20/surat-pembaca/promo-shopeefood-bermasalah>.
- Bang, H., Choi, D., Yoon, S., Baek, T. H., & Kim, Y. (2021). Message assertiveness and price discount in prosocial advertising: differences between Americans and Koreans. *European Journal of Marketing*.
- Baskara, I. B. (2015). Pengaruh potongan harga (discount) terhadap pembelian tidak terencana (Impulse Buying)(studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Manajemen Bisnis*, 5(2).
- Brown, D. D. (1996). *Service Loyalty : Its Nature, Importance, And Implications*. New York: International Service Quality Association.
- Cahyani, A., Gunadi, I. M. A., & Mbulu, Y. P. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Pada Pt. Traveloka Indonesia. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(1), 25-36.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*, 6th.
- Chen, S. C., & Lin, C. P. (2015). The impact of customer experience and perceived value on sustainable social relationship in blogs: An empirical study. *Technological forecasting and social change*, 96, 40-50.

- Chiu, W., & Cho, H. (2019). E-commerce brand: The effect of perceived brand leadership on consumers' satisfaction and repurchase intention on e-commerce websites. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Consuegra. (2007). An Integrated Model Of Price, Satisfaction And Loyalty : An Empirical Analysis In The Service Sector. *Journal Of Product And Brand Management*, 5118-5126.
- Dantes, Nyoman. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Daryanto dan Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Edisi Pertama. Gaya Media, Malang
- David, D. (2018). Pengaruh E-service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online Grab. *Agora*, 6(2).
- Dermawan, A. R. (2021). Pengaruh Customer Relationship (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Emerging Information System And Bussines System*, 87 - 93.
- Devi, R. W. (2019). *Detikinet. Retrieved From Sejarah Internet Dan Perkembangannya Hingga Kini*. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/D-4713807/Sejarah-Internet-Dan-Perkembangannya-Hingga-Kini>.
- Deza, M., & Lubis, P. H. (2022). Pengaruh Diskon Harga Terhadap Purchases intentions yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Dalam Pembelian Sepatu Olah raga Secara Online di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(1).
- Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen.
- Ghezelbash, S., & Khodadadi, H. (2017). Evaluating the impact of promotion price, product quality, service quality, customer satisfaction and repeating purchase incentives (Case Study: Amiran Chain Stores). *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 1-17.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, teknik, aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris. *BP Undip. Semarang*.

- Hair Joseph F, C. M. (2017). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Hamburg: Springer.*
- Hanaysha, J. R. (2017). Impact of social media marketing, price promotion, and corporate social responsibility on customer satisfaction. *Jindal Journal of Business Research*, 6(2), 132-145.
- Hasibuan, R. R., & Pratiwi, A. R. (2021). Antecedent Repurchase Intention Aplikasi Shopee Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di Kabupaten Banyumas. *Tirtayasa Ekonomika*, 16(2), 253-265.
- Hijjah, R., & Ardiansari, A. (2015). Pengaruh customer experience dan customer value terhadap customer loyalty melalui customer satisfaction. *Management Analysis Journal*, 4(4).
- James, R.C. (2022). *Pengaruh E-Service Quality, Cashback Promotion, Dan Social Factor, Terhadap Customer Loyalty Dalam Menggunakan E-Wallet Shopee Pay Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening* (Skripsi yang tidak dipublikasikan), Universitas Tanjungpura, Indonesia.
- Jonathan, H. (2013). Analisis pengaruh e-service quality terhadap customer satisfaction yang berdampak pada customer loyalty PT Bayu Buana Travel tbk. *The Winners*, 14(2), 104-112.
- Khalimatul Adzimah, S. (2021). *Pengaruh Harga Diskon Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Harlow, Essex, *United Kingdom: Pearson Education Limited.*
- Keller, P. K. K. L., & Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga, 106.
- Kotler, P., dan Armstrong, G, M. 2017. *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson
- Kusumawardhani, S. (2022). *Survei Persepsi & Perilaku Konsumsi Online Food Delivery (OFD) di Indonesia*. Diakses dari <https://docplayer.info/229552152-Survei-persepsi-perilaku-konsumsi-online-food-delivery-ofd-di-indonesia.html>

- Ladhari, R., Souiden, N., & Ladhari, I. (2011). Determinants of loyalty and recommendation: The role of perceived service quality, emotional satisfaction and image. *Journal of financial Services marketing*, 16(2), 111-124.
- Laurent, F. (2016). Pengaruh e-service quality terhadap loyalitas pelanggan Go-jek melalui kepuasan pelanggan. *Agora*, 4(2), 95-100.
- Ma'mun, M., Widiyanto, I., & Mudiantono, M. (2014). Study Tentang Kepuasan Pelanggan Dan Minat Membeli Ulang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 13(3), 259-277.
- Massoudi, A. H. (2020). Consumers Loyalty Indicator as a Drivers for Satisfaction. *Cihan University-Erbil Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(1), 41-45.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). Consumer behavior.
- Mulyono, S. H., & Djatmiko, T. (2018). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Di Tokopedia. *eProceedings of Management*, 5(2).
- Nababan. O.E.A. (2022). *Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada E-Commerce Tokopedia* (Skripsi yang tidak dipublikasikan), Universitas Tanjungpura, Indonesia.
- Nasermoadeli, A., Ling, K. C., & Maghnati, F. (2013). Evaluating the impacts of customer experience on purchase intention. *International Journal of business and management*, 8(6), 128.
- Nafisa, A. (2015) *Pengaruh E-Trust Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Konsumen Pada Situs Online Zalora*. Universitas Esa Unggul, Indonesia.
- Nilsson, J., & Wall, O. (2017). *Online customer experience, satisfaction and repurchase intention for online clothing retailing*. University of Gothenburg, School of Business, Economics and Law, Gothenburg, Sweden.
- Nurdiansah, A., & Widyastuti, W. (2022). Pengaruh Price Discount Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Shopee Food). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(8), 1495-1514.

- Nurkhasanah, S., & Mahmud, M. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Online Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada ShopeeFood). *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis (JMDB)*, 1(2), 1-16.
- Purnama, J., Yapri, J., Winarta, T., Oliver, S., & Galinium, M. (2019, March). The intel realsense depth-camera performance for real-time customer satisfaction analysis using facial expression detection. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1175, No. 1, p. 012076). IOP Publishing.
- Ramya, N. A. S. A. M., & Ali, S. M. (2016). Factors affecting consumer buying behavior. *International journal of applied research*, 2(10), 76-80.
- Ratnasari, R. T., Gunawan, S., Septiarini, D. F., Rusmita, S. A., Kirana, K. C., & Pd, S. (2020). Customer satisfaction between perceptions of environment destination brand and behavioural intention. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(12), 472-487.
- Riska, A., (2021) *Voucher Shopee Food Bejibun, tapi Banyak Orang Kebingungan dengan Tampilan Aplikasi yang Ruwet*. Diakses dari <https://mojok.co/pojokan/voucher-shopee-food-bejibun-tapi-banyak-orang-kebingungan-dengan-tampilan-aplikasi-yang-ruwet/>
- Santoso, S. (2014). Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 22 (Cetakan pertama). *Jakarta: Elex Media Komputindo*.
- Sasmito, B. A. (2013). Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Merk Nokia. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(1).
- Setiawan, T. F., Suharjo, B., & Syamsun, M. (2018). Strategi pemasaran online UMKM makanan (Studi kasus di kecamatan Cibinong). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(2), 116-126.
- Subagiyo, R., & Adlan, M. A. (2017). Pengaruh service quality, marketing mix dan kepuasan mahasiswa terhadap customer loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1), 1-15.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

- Swaid, S. I., & Wigand, R. T. (2009). Measuring the quality of e-service: Scale development and initial validation. *Journal of Electronic Commerce Research*, 10(1), 13-28.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., P. . & G. C. (2016) *Service, Quality & Satisfaction* – Edisi 4. 4th Edn. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, Ph.D. (2017). *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Prawita, D., Lukitaningsih, A., & Welsa, H. (2020). Analisis Price Discount Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Pembelian Ulang Menggunakan Fintech Melalui Intervening Customers Satisfaction (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Gopay Di Kota Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakyat*, 4(2), 147-160.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung. Alfabeta.
- Qian, M. (2021). Understanding customer experience and repurchase intention in live streaming shopping: An empirical study in China. n empirical study. *African Journal of Business Management*, 5(18), 6738-674.
- Sonata, F. (2019). Pemanfaatan UML (Unified Modeling Language) Dalam Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Jenis Customer-To-Customer. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 8(1), 22-31.
- Vashti, H., & Antonio, T. (2021). The Role of Price Promotion and Product Quality in Influencing the Intention to Repurchase Cok-Kis Cookies. *KnE Social Sciences*, 441-459.
- Walsh, S., Gilmore, A., & Carson, D. (2004). Managing and implementing simultaneous transaction and relationship marketing. *International Journal of Bank Marketing*.
- Wiryana, N. Y., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer

Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Bisnis E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(5), 217-223.

Zi-Ying, Y., & Ling-Yun, H. E. (2011). Goal, customer experience and purchase intention in a retail context in China: An empirical study. *African Journal of Business Management*, 5(16), 6738-6746.