

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, thamrin dan Tantri francis. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Adelia, Stefani (2018). *Pengaruh Online Promotion terhadap Repurchase Intention dengan Consumer Perception Sebagai Mediasi pada Travel Online*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 12, No. 2, Oktober 2018, 94–100.
- Akar, Erkan, Yuksel, Hale Fulya & Zeki Atil Bulut (2015). *The Impact of Social Influence on the Decision-Making Process of Sports Consumers on Facebook* , Applications and management, Vol. No. 1, pp.33-23.
- Akdon dan Riduwan. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika* : Alfabeta
- APJII (2017). Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia. Available online at: <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>. Diakses tanggal 15 Januari 2019
- Balady, Mohammad Haris. (2011). *Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, dan Pengalaman Pengguna Internet Terhadap Niat dan Perilaku Pembelian Melalui Internet*. Disertasi. Program Doktor Ilmu Manajemen Pascasarjana. Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.
- Barnes, James G., (2003). *Secrets Of Customer Relationship Management*, ANDI, Yogyakarta.
- Bhattacharjee, A. (2001). *Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model*. MIS Quarterly, 25, 351-370.
- Chaffey, D. (2011). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation, and Practice* (5th). Pearson Education
- Devaraj, S., Fan, M., & Kohli, R. (2002). Antecedents of B2C Channel Satisfaction and Preference: Validating E-commerce Metrics”, *Information System Research*, Vol. 13, No. 3, 316-333.
- Dua Lembang, Rosvita. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelian Teh siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Taufik. (2008). *Panduan Membuat Toko Online dengan OS Commerce*. Jakarta: Mediakarta
- Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Jelassi T., dan A. Enders (2008). *Strategies for e-Business: Creating Value through Electronic and Mobile Commerce*. Second Edition, New Jersey, Prentice Hall.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2012). *E-Commerce 2012 : Business. Technology. Society* (Eighth Edition). Kendallville: Pearson.
- Laudon, Kenneth C & Laudon, Jane P. (2005). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* Eight Edition. Boston: *Prentice Hall*
- Ling, K.C., Chai, L.T. & Piew, T.H. (2010). *The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers Online Purchase Intention*. *International Business Research* 3(3), 63-76
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Parastanti, G.P., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2014). *Pengaruh Prior Online Purchase Experience Terhadap Trust dan Online Repurchase*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 16 (1), 1-7.
- Razak, N.S.A., Marimuthu, M., Omar, A., & Mamat, M. (2014). *Trust and Repurchase Intention on Online Tourism Services among Malaysian Consumers*. *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 130 (1), 577-582.

- Regina, Elia Samantha. (2018). Pengaruh *Prior Online Purchase Experience* dan *Online Trust* terhadap *Online Repurchase Intention* di *Online Shop Veresa*. Jurnal Teknik Pomuk Petra. P1-6
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendro, Liliani Setya.(2017). *Pengaruh harga, promosi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen et hofft shoppingland*. Available online at: <http://eprints.dinus.ac.id/22864/>. Diakses pada 16 Januari 2019
- Suryadi, D. (2011). *Promosi Efektif, Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: PT. SUKA BUKU.
- Zeng, F., Zuohao H., Rong C., & Zhilin Y(2009). *Determinants of Online Service Satisfaction and Their Impacts on Behavioral Intentions*. Total Quality Management & Business Excellence