

DAFTAR PUSTAKA

- Abid, M.M.F. dan Dinalestari. 2019. "Pengaruh E-Security dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Fisip Undip." *Diponegoro Journal Of Social and Politics*, 1-8.
- Afsheena, Farrah. 2023. "OTA (Online Travel Agent) Kenali Pengertian dan Perbedaannya dengan VHO". Diambil dari <https://hotelier.id/online-travel-agent/> diakses tanggal 20 Maret 2023.
- Alfi, Nurul Hikmah., dan Sulis Riptiono. 2020. "Pengaruh Customer Engagement dan E-Service Quality Terhadap Online Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Shopee." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol. 2, No.1.
- Ali, A., dan Bhasin, J. 2019. "Understanding Customer Repurchase Intention in E-commerce : Role of Perceived Price, Delivery Quality, and Perceived Value." *Jindal Journal of Business Research*, 8(2), 142-157. Diambil dari [HTTPS://DOI.ORG/10.1177/2278682119850275](https://doi.org/10.1177/2278682119850275) diakses tanggal 1 April 2023.
- Arifin, S., Yusof, J.M., Putit, I., dan Shah, M.I. A. 2016. "Factors influencing perceived quality and repurchase intention towards green products." *Procedia Economics and Finance*, 37, 391-396.
- Chandra, S. 2014. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Dian, Ristiana.A dan Rusfian, Effy.Z. 2013. "Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction." *Jurnal Administrasi Niaga*. Jakarta : FISI UI
- Dian, R., Dan, A., & Rusfian, E. Z. 2013. *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction (Studi Pada Online Shop Gasoo Galore)*. 1999.
- Diyanti, Syarifa. 2021. Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Shopee. Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan). Jakarta: UPN Veteran.
- Dwipayana, B., dan Sulistiyawati, E. 2018. "Peran kepuasan dalam memediasi pengaruh kepercayaan terhadap niat beli ulang pada go-food di FEB UNUD." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5197.
- Fauzi, A.A. 2018. "Electronic Service Quality on Mobile Application of Online Transportation Services." *Jurnal Manajemen Indonesia*. 18(1), 13-27.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Undip.

- _____. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Hasniati et al. 2021.” Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Produk Online dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening.” *MARS Journal*.
- Hutami, N. D., Priyatama, A.N , dan satwika, p.A. 2020. “Kepuasan Konsumen dan Intensitas Pembelian Ulang Produk Kue Artis Pada Mahasiswa.” *Psikologika : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 25(1), 73-84 .
- Ibzan, E. Balarabe, F dan Jakada, B. 2016. ”Consumer Satisfaction and Repurchase Intentions.” *Developing Country Studies*. Vol.6, No.2, PP. 96-100.
- Indonesia Review.2022. “Hasil Review dan Pengalaman Pelanggan 2022 Traveloka”. Diambil dari www.indonesiareview.co.id diakses tanggal 20 Maret 2023.
- Komparasi Brand. 2023. “Komparasi Brand Index”. Diambil dari <https://www.topbrandaward.com/komparasibrand/bandingkan?idaward=1&idkategori=6&idsubkategori=543> diakses tanggal 20 Maret 2023.
- Kotler, P., dan Keller , K.L. 2016. *Marketing Management*. In Pearson Edition Limited.
- Laurent, F. 2016. “Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan.” *AGORA Vol. 4, No. 2*.
- Lestari, V.T., dan Ellyawati, J. 2019. “Effect of E-Service quality on repurchase intention : Testing the role of e-satisfaction as mediator variable.” *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8 (7C2), 158-162.
- Manopo, K.Y.W., dan Widayanto. 2019. Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Mahasiswa FISIP UNDIP yang Pernah Melakukan Pembelian di OLX.co.id). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1-9.
- McCull-Kennedy, Janet, R., Helen Parks, Margareta Friman. 2015. “Fresh Perspectives on Customer Experience.” *Journal of Services Marketing*.29(6-7): 430-435.
- Nita, Nellvian., dan Ina Ratnasari. 2022. Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2), 867-875.
- Panjaitan, J.E., dan Yuliati , A.L. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung.” *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11 (2), 265.
- Priansa, D.j. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.
- Rizaty, Monivia Ayu. 2023. “Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023”. Diambil dari <https://dataindonesia.id/digital/detailpengguna-internet -di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023> diakses pada 20 Maret 2023.

- Saidani, B. Dan Arifin,S. 2012. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang pada Ranch Market.” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol.3,No.1.
- Santoso, A. , dan Aprianingsih, A. 2017. “The Influence of Preceived Service and E-Service Quality To Repurchase Intention the Mediating Role of Customer Satisfaction Case Study: Go-Ride in Java.” *Journal of Business and Management*, 691), 12.
- Schmitt, B. 1999. “The consumer psychology of brands.” *Journal of Consumer Psychology*, 22 (1), 7-17.
- Singh, S. 2019. “Measuring E-Service Quality and Customer Satisfaction with Internet Banking in India.” *Theoretical Economics Letters*, 09(02), 308-326. Diambil dari <https://doi.org/10.4236/tel.2019.92023> diakses tanggal 1 April 2023.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taufan, Bimo, Yulianto.E, dan Kumadji.S. 2016. “Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 38.No.2.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Wulandari, Dwi. 2018. “Menjadi Unicorn Indonesia, Ini Kunci sukses Traveloka”. Diambil dari <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/menjadi-unicorn-indonesia-ini-kunci-sukses-traveloka/> diakses pada 20 Maret 2023.