

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Siti Ragil, Heru Susilo “Analisis Atas Praktek TAM (*Technology Acceptance Model*) Dalam Mendukung Bisnis Online dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram), Vol. 26, No.1, 2015, p.3
- Basrah Saidani, Samsul Arifin “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1, 2012, p.6
- Beatrice Clemetia Halim, Diah Damayanti, Ritzky Karina “Pengaruh *Brand Identity* terhadap Timbulnya *Brand Preference* dan *Repurchase Intention* pada Merek Toyota”, Vol. 2 ,No.1, 2014, p.3
- Bireswar Duta (2016) “Exploring the Factors of Consumer Repurchase Intention in Online Shopping” *International Journal of Computer Science and Information Security (IJCSIS)*, Vol. 14, No. 12, December 2016.
- Cheng Boon Liat dan Yee Shi Wuan (2014) “Factors Influencing Consumers’ Online Repurchase Intention: A Study among University Students in Malaysia” *International Journal of Liberal Arts and Social Science Vol. 2 No. 8*
- Chinho Lin dan Watcharee Lekhawipat (2013). “Is Habit Influenced Construct for Online Repurchase Intention?” *Proceeding of 2013 International Conference on Technology Innovation and Industrial Management 29-31 May, Phuket, Thailand.*
- Cindy Regina Oroh, David P.E Saerang, Farlane S. Rumokoy “*The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust on Repurchase Intention of Lion Air E-Ticket*”, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 15, No. 5, 2015 p.369
- Dwi Priyatno, “*Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*” (Yogyakarta: Gava Media, 2010), p. 97
- Eliasaph Ibzana, Farida Balarabe, Balarae Jakada “*Customer Satisfaction and Repurchase Intentions*”, Vol. 6, No.2, 2016, p. 96
- Ella Trisnawati, Agus Suroso, Untung Kumorohadi (2012) “Analisis Faktor-Faktor Kunci Dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen FESH SHOP)” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, September 2012, Hal. 126 – 141
- Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang)”, Vol.2, No.3, 2013, p. 2
- Han-na Kim, Kwan-Sik NA “*Understanding Repurchase Intention in Online Fashion Shoppingmall*”, Vol.8, 2015, p. 556

- Haryadi Sarjono, Winda Julianita, *Structural Equation Modelling (SEM) Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015) hlm. 34
- Irfan Muflihadi, Nurafni Rubiyanti “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Trust* terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Gojek Bandung) 2016, p.2
- Joseph F. Hair, William C. Black, Barry J. Babin, *Multivariate Data Analysis*, 7<sup>th</sup> edition, (New Jersey: Pearson, 2010), hlm. 643
- Juniwati “*Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Risk on Attitude and Intention to Shop Online*” ,Vol. 6, No. 27, 2014, p.219
- Kotler & Keller, *Marketing Management* 15ed (United States : Pearson Education, Inc., 2016) , p.153
- Mahdi Moeeni dan Mohammad Ghafari Fard (2014) “Review and Analysis of Factors Affection Online Repurchase Intention” *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, Vol. 4(S4) – 1312-1321.
- Mahdi Moeeni, Mohammad Ghafari Fard “*Review and Analysis of Factors Affecting Online Repurchase Intention*”, Vol. 4, 2014, p.1313
- Malhotra, “*Marketing Research An Applied Orientation. 6th ed., (USA: Perason Education Inc., 2010)*”, p.139
- Malhotra, Naresh K., *Riset Pemasaran, (Jakarta: PT. Indeks.2009)*, p. 96
- Mercy Mpinganjira (2014) “Understanding Online Repeat Purchase Intentions: A Relationship Marketing Perspective” *Management*, Vol. 19 ) – 117-135.
- Mohammad Amini dan Hasan Akbari (2014) “Studying Effect of Site Quality on Online Repurchase Intention Through Satisfaction, Trust and Commitment of Customer”. *India Journal of Fundamental and Applied Life Sciences ISSN: 2231 – 6345*, Vol. 4( S4) pp. 2839 – 2849.
- Mohammad Rizan, Yogha Anjarestu “Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling terhadap Kepuasan Pelanggan pada Majalah Info Bekasi (Studi Kasus PT. SIBK)” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 4, No.1, 2013, p. 81
- Naresh K. Malhotra, *Marketing Research*, Sixth Edition, (New Jersey: Prentice Hall, 2010), hlm. 221
- Ni Made Purnami dan I Nyoman Nurcaya (2015) “Pengaruh E-Trust, Perceived Usefulness dan E-Satisfaction Terhadap Online Repurchase Intention” *Seminar Nasional Sains dan Teknologi (Senastek), Denpasar Bali 2015*.
- Prihastuti Lestari “Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Word-of-Mouth*, *Repurchase Intention*, dan *Feedback*” 2012, p. 15

- Rahmi “*The Effect of Usefulness, Ease of Use, and Enjoyment Towards Attituded and Intention to Use E-Reader: Study on Jakara State University Students*” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 7, No.2, 2016, p.366
- Retno Setyorini and Rizky Prima Nugraha “*The Effect of Trust Towads Online Repurchase Intention with Perceived Usefulness As An Intervening Variabel: A Study on KASKUS Marketplace Customers*” *The Asian Journal of Technology Management*, Vol. 9, No.1, 2016, p.3
- Sarwo Eddy Wibowo, Endang Ruswanti, Unggul Januarko “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta”, Vol. 4, No. 1, 2013, p.59
- Setyo Ferry Wibowo, Iin Pusfita Sarih, Agung Kresnamurti “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Indomaret Palmerah)” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 5, No. 2, 2014, p.307
- Setyo Ferry Wibowo. Dede Rosmauli, Usep Suhud “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card* (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta) *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol.6, No.1, 2015, p.444
- Sofyan Yamin, Heri Kurniawan, *Structural Equation Modelling*, (Jakarta: Salemba Infotek, 2009) hlm. 32
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta 2014) hlm. 115.
- Tehreem Ali “*Factors Deriving Consumers Repurchase Intention in Online Shopping: a Pakistani Consumer Perspective*” *International Journal of Management Sciences and Business Research*,. Vol. 5, No. 12, 2016, p.262
- Uma Sekaran dan Roger Bougie, *Research Methods for Business*, fifth edition (UK: Wiley, 2009), hlm. 276
- Yuping Li (2016) “Empirical Study of Influential Factors of Online Customers’ Repurchase Intention” *iBusiness*, 2016, 8, 48-60
- Barometer Konsumen Google: Transaksi *Online* di Indonesia Meningkat, diakses dari <http://www.indonesia-investments.com/id/berita/berita-hari-ini/barometer-konsumen-google-transaksi-online-di-indonesia-meningkat> pada tanggal 24 Februari 2017 pukul 12:10 WIB
- <http://statistikceria.blogspot.co.id/2012/01/teori-analisis-deskriptif.html> (data diakses pada tanggal 9 April 2017 pukul 21.20 WIB).
- Jumlah penduduk Indonesia, diakses dari <https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/penduduk/item67?> Pada tanggal 24 Februari 2017 puku 11:14 WIB

Kaskus diakses dari <https://www.kaskus.co.id/> pada tanggal 1 Maret 2017 pukul 13.23 WIB.

Katadata.co.id diakses dari <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/16/transaksi-e-commerce-indonesia-naik-500-dalam-5-tahun> pada tanggal 24 Februari 2017 pukul 12:30 WIB

Mataharimall.com Resmi Diluncurkan, diakses dari: <http://www.beritasatu.com/ekonomi/305798-mataharimallcom-resmi-diluncurkan.html> pada tanggal 27 Februari 2017 Pukul: 19.20 WIB

Nusa Research diakses dari <http://nusaresearch.com/pbi/zoom.php?ID=278&IDbrand=52&IDcategory=4#> pada tanggal 27 Februari 2017 pukul 19.30 WIB.

Pemerintah Terbitkan Roadmap e-Commerce, Ini 8 Aspek Regulasinya, diakses dari <http://tekno.liputan6.com/read/2648966/pemerintah-terbitkan-roadmap-e-commerce-ini-8-aspek-regulasinya> pada tanggal 24 Februari 2017 pukul 19:26 WIB

Statistik Kominfo diakses dari [https://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=430&iddoc=1457&data-data\\_page=2](https://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=430&iddoc=1457&data-data_page=2) pada tanggal 26 Februari 2017 Pukul 15:00 WIB

Statistik Kominfo diakses dari <https://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=430&iddoc=1467> pada tanggal 27 Februari 2017 pukul 19:10 WIB

TOP Brand Awards diakses dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2) pada tanggal 27 Februari 2017 pukul 19.45 WIB.