

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, D., & Siregar, M. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Pemediasi Pada Konsumen Restoran Canai Mamak Kl Di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 54-67.
- Agrebi, S., & Jallais, J. (2015). Explain The Intention To Use Smartphones For Mobile Shopping. *Journal of retailing and consumer services*, 22, 16-23.
- Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, M. (2014). User Satisfaction With Mobile Websites: The Impact Of Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease Of Use (PEOU) and Trust. *Nankai Business Review International*, 5(3), 258-274.
- Audriene, D. (2018). YLKI: Lazada Nomor 1 Paling Banyak Dikeluhkan. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180119144103-185-270193/yuki-lazada-nomor-1-paling-banyak-dikeluhkan>
- Basyar, K., & Sanaji, S. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 8(2), 204-217.
- Damar, A. M. (2018). Kasus Order Fiktif di Lazada Meluap, Warganet Ikutan Baper. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3236843/kasus-order-fiktif-di-lazada-meluap-warganet-ikutan-baper>
- Daniel, P. S., & Sam, A. G. (2011). *Research Methodology* Delhi: Kalpaz Publications.
- Dr. Kasmir, S. E., M.M. (2017). *Customer Services Excellent : Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Dr. Lusiah, S. E., M.M. (2018). *Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Hasil Penelitian Pada Mahasiswa Universitas Swasta Di Kota Medan*. Yogyakarta: Deepublish.

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hair, J. F., Jr, Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. London: Pearson Education Limited.
- Harwani, Y., & Safitri. (2017). Security and Ease of Use Effect on Customers' Satisfaction Shopping in Tokopedia *Journal of Resources Development and Management*, 33.
- Haryanto, A. T. (2020). Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>.
- Hussain, A., Mkpjojogu, E. O., & Yusof, M. M. (2016). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Perceived Enjoyment As Drivers For The User Acceptance Of Interactive Mobile Maps*. Paper presented at the AIP Conference Proceedings.
- Indarsin, T., & Ali, H. (2017). Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta–Indonesia. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(11), 995-1007.
- iPrice. (2020). Telusuri Persaingan Toko Online di Indonesia.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: CV Andi.
- Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (8 ed.)*. United Kingdom: Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks-Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Lazada.co.id. Tentang Lazada. <https://www.lazada.co.id/about/>
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (1993). *Consumer behavior: Concepts and applications*: McGraw-Hill Companies.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia Jilid 1 Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.

- Maholtra, N. K. (2015). *Essentials of Marketing Research: A Hands-On Orientation (1st ed.)*. England: Pearson Education Limited.
- Marinkovic, V., & Kalinic, Z. (2017). Antecedents Of Customer Satisfaction In Mobile Commerce. *Online Information Review*, 41(2), 138-154.
- Natarajan, T., Balasubramanian, S. A., & Kasilingam, D. L. (2017). Understanding The Intention To Use Mobile Shopping Applications And Its Influence On Price Sensitivity. *Journal of retailing and consumer services*, 37, 8-22.
- Nazarudin, H., & Pela, Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs D'bc Network Orifline (Studi Pada Masyarakat Fatufeto Kota Kupang). *Bisman-Jurnal Bisnis & Manajemen*, 2(2), 112-121.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Prof. Dr. Thamrin Abdullah, M. M., M.Pd, & Dr. Francis Tantri, S. E., M.M. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Putri, V. M. (2020). 53% Penduduk Indonesia Sudah Belanja Online. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4906129/53-penduduk-indonesia-sudah-belanja-online>
- Rusydi. (2017). *Customer Excellence (1 ed.)*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, S. (2011). *Loyalitas Pelanggan Jasa: Studi Kasus Bagaimana Rumah Sakit Mengelola Loyalitas Pelanggannya*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Shang, D., & Wu, W. (2017). Understanding Mobile Shopping Consumers' Continuance Intention. *Industrial Management & Data Systems*, 117(1), 213-227.
- Simamora, B. (2008). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Banten: Andi.

- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani. (2017). *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. N. (2016). Customer Satisfaction Using Website Functionality, Perceived Usability And Perceived Usefulness Towards Online Shopping In India. *Information development*, 32(5), 1657-1673.
- Tashandra, N. (2018). 80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita. <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all>
- Tjini, S. S. A., & Baridwan, Z. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya*, 1(2).
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup! (1 ed.)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204.
- Wahyuni, H. C., Sulistiyowati, W., & Khamim, M. (2015). *Pengendalian Kualitas : Aplikasi pada Industri Jasa dan Manufaktur*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yolanda, A., & Widijoko, G. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-commerce). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya*, 2(2).

Zeithaml, V. A., bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*: Mc Graw Hill.