

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, C., & Samiono, B. E. (2014). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang (studi kasus pada maskapai penerbangan Lion Air di Jakarta). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 39-64.
- Amadea, C. (2017). Pengaruh E-Service Quality terhadap minat beli ulang konsumen online Zalora. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Ansah, Suandri (<https://m.cnnindonesia.com/ekonomi/20171228142201-92-265232/mayoritas-millennials-makan-di-restoran-minimal-sebulan-sekali>).  
di akses 20 Juli 2019
- Anggraeni, M. S., & Yasa, N. K. (2012). E-Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Pengguna Internet Banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 293-306.
- Azis, I. (<https://tirto.id/tren-perilaku-online-konsumen-indonesia-sepanjang-2018-ddcH>) Diakses Maret 19, 2019
- David, W., & Djamaris, A. R. (2018). *Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Ferdinand, A. (2006). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumelar, G. (<https://www.google.co.id/amp/s/indonesiainside.id/lifestyle1/2018/12/11/survei-wanita-senang-diskon-pria-suka-promo-cashback/amp/>).  
di akses 19 Juli 2019

- Hellier, P., Geursen, G., Carr, R., & Rickard, J. (2003). Customer Repurchase Intention. *A general structural equation model. European: Journal of Marketing vol.37*, 11/12.
- Hendarsono, G., & Sugiharto, S. (2013). Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo . *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-8.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT.Refika Aditama.
- Joseph, O., & et al. (2012). Analysis of the Determinants of Repurchase Intention of Soap Products of an Agribusiness Firm in Abia State, Nigeria. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 197-204.
- Khoirunnisa (<https://selular.id/2018/05/cara-mendapat-potongan-harga-di-kuliner-traveloka/>) Diakses 17 Januari 2019
- Kim, H. (2005). The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention in Korean Private Golf Courses.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009) *Marketing Management Edition 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan , A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Kurniawan, S. (<http://marketeers.com/traveloka-peluang-besar-di-industri-travel-adalah-kuliner>) diakses 17 Januari 2019
- Lee, G.-G., & Lin, H.-F. (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management* , 161-176.
- Maulana, R., & Kurniawati, K. (2014). Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen*.

- Mulyadi, M. (2016). Pengaruh Brand Trust Dan E-Service Quality Terhadap Niat Beli Ulang Barang Elektronik Secara Online Di Situs Jual Beli Lazada.Co.Id (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Widyatama).
- Nabila, M. (<https://dailysocial.id/post/traveloka-uji-coba-fitur-direktori-restoran-traveloka-eats>). Diakses 6 Februari 2019
- Nasir, M., & Harti. (2017). Pengaruh E-Service Quality dan dikson terhadap minat beli pada situs online di website Zalora.co.id di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Nurhayati, & Murti, W. W. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat terhadap Produk Handphone. *Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 47-62.
- Nurlina. (2017). Pengaruh E-Service Quality, dan Kepercayaan Online Terhadap Minat Beli Pembelian Toko Online di Tokopedia. *Jurnal Lentera Bisnis*.
- Parasuraman, A., & et al. (2005). *E-S-QUAL: A Multiple-item Scale for Assessing Electronic Service*, 213-233.
- Prastowo, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Priyanto, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gavamedia.
- Rebecca. ( <https://www.progresstech.co.id/blog/menarik-konsumen-toko-online/>). diakses 17 Januari 2019
- Rozi, I. F., & Harti. (2017). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Online . *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPIN)*, 2337-6708.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *A Skill Buliding Approach, Sixth edition*. pp245.
- Setiawan, R. (<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4250649/ini-promo-yang-paling-diincar-netizen-saat-belanja-online>). Diakses 19 Maret 2019

Sudaryono. (2015). *Metode Riset di Bandung TI*. Yogyakarta: Andi.

Suryana, P., & Dasuki, E. S. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang. *Trikonomika*, 190-200.

Triwijanarko, R. (<https://marketeers.com/shopee-lazada-dan-tokopedia-soal-efektivitas-promosi-dan-diskon/>) Diakses 18 Januari 2019

Wahyuningrum, R. (<https://www.tranyar.co.id/blog/apakah-kupon-digital-bisa-menjadi-media-promosi-yang-efektif/>). Diakses 8 Maret 2019