

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Roni A. (2020). *Pengantar Bisnis*. Malang, AE Publishing.
- Amadea, C. (2017). *Pengaruh E-Service Quality terhadap minat beli ulang konsumen online Zalora*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Anggraeni, N. M. S., & Yasa, N. N. K. (2012). *E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking*. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 16(2), 293–306.
- Arianty et al. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing
- Bahruzen, M., D, D. K., & Nugraha, P. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Pada Toko Ritel*. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(1), 33–43. <https://doi.org/10.23960/jpb.v3i1.9>
- Basyar, K., & Sanaji. (2016). *Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online*. *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 204–217.
- Bressolles, G. & Durrieu, F. (2011). *Service quality, customer value & satisfaction relationship revisited for online wine website In 6th AWBR International Conference. France*.
- Cao, J., Li, J., Wang, Y., & Ai, M. (2022). *The Impact of Self-Efficacy and Perceived Value on Customer Engagement under Live Streaming Commerce Environment*. *Security and Communication Networks*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/2904447>
- Dian, Ristina.A dan Rusfian, Effy.Z. (2013). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction*. *Jurnal Administrasi Niaga*. Jakarta: FISI UI.
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce*. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gounaris, S., Dimitriadis, S., & Stathakopoulos, V. (2010). *An examination of the effects of service quality and satisfaction on customers' behavioral intentions in e-shopping*. *Journal of Services Marketing*, 24(2), 142–156. <https://doi.org/10.1108/08876041011031118>
- Hasibuan. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Ketujuh Belas. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hidayat, R. (2017). *Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Minat Baca Peserta Didik Kelas Xi Di Perpustakaan Sma Teladan Way Jepara Tahun Pelajaran 2016/2017*. 2017, P. 106.
- Hikmah, A. N., & Riptiono, S. (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 (JIMMBA)*, 2(1), 89–100. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i1.447>
- Indartono, S. (2016). *Pengantar Manajemen: Character Inside*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12 penerbit Erlangga. Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I* Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kumar, V. (2013). Profitable customer engagement. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Li, H., & Suomi, R. (2009). *A Proposed Scale for Measuring E-service Quality*. *International Journal of U- and e-Service, Science and Technology*, 2(1), 1–10.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Cv Alfabeta.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta, Bandung
- Merkel, A. (2014). *Speech by Federal Chancellor Angela Merkel to the OECD Conference*. https://www.bundesregierung.de/Content/EN/Reden/2014/2014-02-19-oecd-merkel-paris_en.html,
- Ningrum, E. D. K., & Arif, M. E. (2022). *Pengaruh Customer Engagement Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Equity Sebagai Variabel Mediasi*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 39–48.
- Nursani, Arifin, R., & Hufron, M. (2018). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa Unisma)*, 102–115.
- Rahayu, E. (2018). *Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Pada Toko Online Shopee* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Rifai, A. R., & Wahyudi. (2016). *the Effort To Create Customer Engagement on Customer E-Banking*. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(36), 191–205.
- Rizki, A.G., Hidayat, K. and Rahma Devita, L.D., (2019). *Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Indonesia. (Survei pada Mahasiswa SI Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-commerce)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(2), pp.49-56.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Santika, I. W., & Pramudana, K. A. S. (2018). *Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel Di Bali*. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 278–289. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.35>

- Santos, Hugeng. (2017). *Merdeka Diabetes*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer. 2017.
- Sarinah., Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Shinta, A. (2011) *Manajemen Pemasaran (Edisi 1)*. Malang: UB Press.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Suparyanto dan Rosad, (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: INMEDIA
- Wedarini, N. M. S. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Telkom Flexi*. *Jurnal Penelitian Ekonomi Bisnis Universitas Udayana (Unud) Bali*.
- Wen, Chao., Prybutok, Victor R., and Xu, Chenyan (2011). "An Integrated Model for Customer Online Repurchase Intention". 2011. *Journal of Computer Information Systems. Journal of Computer Information System*.
- Yunita, W. C., & Berlianto, M. P. (2022). *Pengaruh Brand Identification, Self-Image Expression, Sense Of Natural Environment, Layout, Brand Love Terhadap Brand Loyalty Pada Restoran Sushi Tei*. In *Proceeding National Conference Business, Management, and Accounting (NCBMA)* (Vol. 5, pp. 333-340).

