

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajawali Pers.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cao, Y., Ajjan, H., & Hong, P. (2018). Post-purchase shipping and customer service experiences in online shopping and their impact on customer satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Chen, Z., Ling, K. C., Ying, G., & Meng, T. C. (2012). Antecedents of online customer satisfaction in China. *International Business Management*, 6(2), 168-175.
- Daryanti, P., & Shihab, M. S. (2019). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN KONSEP E-SERVQUAL (STUDI KASUS PELANGGAN SHOPEE). *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(3), 120-127.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif ; Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Cetakan pertama ed.). Yogyakarta: Penerbit DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Guo, X., Ling, K. C., & Liu, M. (2012). Evaluating factors influencing consumer satisfaction towards online shopping in China. *Asian Social Science*, 8(13), 40.
- Handoko, L. P. (2016). The Effect of Product Quality and Delivery Service on Online-customer Satisfaction in Zalora Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). *METODOLOGI PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan (Revisi)* (N. F. Atif Ed.). Bandung: PT Refika Aditama.
- Jasfar, F. (2012). *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan* (L. Febrina Ed.). Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1* (kesembilan ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *MARKETING MANAGEMENT, THIRTEENTH EDITION* (B. Sabran, Trans. A. Maulana & Y. S. Haryati Eds.): Person Education.
- Moriuchi, E., & Takahashi, I. (2016). Satisfaction trust and loyalty of repeat online consumer within the Japanese online supermarket trade. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 24(2), 146-156.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah Edisi Pertama* (pertama ed.). Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Nuralam, I. P. (2017). *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah* (Cetakan Pertama ed.). Malang: UB Press.
- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Febrianto, S. (2018). Price, service quality and trust on online transportation towards customer satisfaction. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 241-266.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *CONSUMER BEHAVIOR AND MARKETING STRATEGY, NINTH EDITION*. New York, America: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Piercy, N. F., Cravens, D. W., & Lane, N. (2010). Marketing out of the recession: recovery is coming, but things will never be the same again. *The Marketing Review*, 10(1), 3-23.
- Prasetyo, A. (2019). Menjaga Rasa Nyaman Konsumen dan Produsen di Bisnis Daring. Retrieved from <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5ccae33052c41/menjaga-rasa-nyaman-konsumen-dan-produsen-di-bisnis-daring/>
- Prawira. (2010). Teknik Pengumpulan Sampel
- Priyatno. (2012). *Belajar Praktis Analisis Parametrik dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Purnamasari, I. Y., Suwena, K. R., & Haris, I. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Putra, J. I., & Octavia, D. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN BERBELANJA ONLINE DI PROVINSI PULAU JAWA. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(2), 103-111.

- Rachmatunnisa. (2019). Keluhan Pelanggan e-Commerce: 90% soal Status Pengiriman Barang. Retrieved from inet.detik.com website: <https://inet.detik.com/business/d-4611659/keluhan-pelanggan-e-commerce-90-soal-status-pengiriman-barang>
- Ridwan, O. (2019). Perilaku Belanja Online oleh Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiwa Angkatan 2018 FIA UI). Retrieved from kompasiana.com website: <https://www.kompasiana.com/oscar81/5cdb7afe3ba7f77abc1205d2/perilaku-belanja-online-oleh-mahasiswa-studi-kasus-mahasiwa-angkatan-2018-fia-ui?page=all>
- Rossa, V. (2019). Same Day Delivery Jadi Layanan Logistik Favorit di Online Shop. Retrieved from suara.com website: <https://www.suara.com/lifestyle/2019/10/10/104922/same-day-delivery-jadi-layanan-logistik-favorit-di-online-shop>
- Royan, F. M. (2017). *MAXIMUM DISTRIBUTORSHIP MANAGEMENT* (T. Lesmana Ed.). Jakarta: PT Grasindo.
- Saebani, B. A. (2017). *Pedoman Aplikatif Metode Penelitian dalam Penyusunan Karya Tulis Ilmiah, Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (N. WK Ed. 1 ed.). Yogyakarta: C. V ANDI OFFSET.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing* (Seventh ed.). United States of America: PEARSON.
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Medidjati, A., & Hadiana, A. (2019). *Metode Penelitian Survei Online Dengan Google Forms* (E. Risanto Ed.). Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kebijakan* (S. Y. Ratri Ed.). Bandung: ALFABETA cv.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Suharyadi, & Purwanto. (2017). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Rosidah Ed. 3 ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (T. R. CAPS Ed. Cet. 1 ed. Vol. Yogyakarta).

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4* (4 ed.). Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).

Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2017). *PEMASARAN STRATEGIK EDISI 3 - Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing* (III ed.). Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).

Triwijanarko, R. (2017). Ini Bedanya Pembelanja Online di Jakarta dan Luar Jakarta. Retrieved from [marketeers.com](https://marketeers.com/bedanya-konsumen-belanja-online/) website: <https://marketeers.com/bedanya-konsumen-belanja-online/>

Vasić, N., Kilibarda, M., & Kaurin, T. (2019). The influence of online shopping determinants on customer satisfaction in the Serbian market. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 14(2), 0-0.

Wicaksono, B. D. (2019). IMR 2019: Begini Kebiasaan Millennial saat Belanja Online. Retrieved from [www.idntimes.com](https://www.idntimes.com) website: <https://www.idntimes.com/tech/trend/bayu/survei-ims-2019-kebiasaan-millennial-saat-belanja-online-ims2019/full>

Yusra, Y. (2018). Survei Ipsos: Tokopedia dan Shopee Jadi Layanan E-commerce Favorit. Retrieved from <https://dailysocial.id/post/survei-ipsos-tokopedia-shopee-e-commerce-favorit>