

DAFTAR PUSTAKA

- Afkari Daffiq. (2016). *Pengaruh Atribut Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fe Uny)*. Jurnal Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta, Vol 4, No 5, 349-358.
- Al-Nasser Mohammad., Islam Rabiul., Abidin Zainal I.S., & Azam Muhammad. (2015). *Analysis of E-Service Quality through Online Shopping*. Research Journal of Business Management, 422-442.
- Chen Mei-Hui., Tsai Kune-Muh., Hsu Ying-Chiech., & Lee Kuan-Yin. (2013). *E-service Quality Impact on Online Customer's Perceived Value and Loyalty*. China-USA Business Review, Vol 12, No 5, 473-485.
- Cnbcindonesia.com. (2018, Mei 17). *Sociolla Dapat Suntikan Rp 169 M dari Sinar Mas dan Jepang*. Retrieved 25 November, 2019, from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/201805171104852-37-15300/sociolla-dapat-suntikan-rp-169-m-dari-sinar-mas-dan-jepang>.
- Databoks.katadata.co.id. (2018. Februari 7). *Produk Fesyen dan Kecantikan Paling Diminati di Belanja Online*. Retrieved 1 Desember 2019, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/07/produks-fesyen-dan-kecantikan-paling-diminati-di-belanja-online>
- Forum.femaledaily.com. (2015, April 9). *Sociolla.com*. Retrieved 23 November, 2019, from <https://forum.femaledaily.com/showthread.php?18691-Sociolla-com>.
- Ghozali, I. (2012). Analisis multivariate dengan program IBM spss. *Articel*.
- Herasafitri., Rahajeng., & Sarirah. (2016). *Wake Up and Make Up: Efek Kosmetik Wajah dan Waktu Pemaparan Terhadap Attractiveness*. Program Studi Psikologi, Universitas Brawijaya, Vol 2, No2, 30-37.
- Indrawan, R., & Poppy, Y. (2014). *Metodologi penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk Manajemen, pembangunan,dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan bisnis*. Bandung: Refika Aditama.
- Iprice.co.id. (2019). *Map of E-Commerce*. Retrieved 30 November, 2019, from <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Journal.sociolla.com. (2018, November 14). *Faktor yang Mempengaruhi Pembeli Saat Belanja Produk Kecantikan*. Retrieved 2 Desember, 2019, from

<https://journal.sociolla.com/beauty/faktor-yang-memengaruhi-pembeli-saat-belanja-produk-kecantikan>

- Kasmadi, & Sunariah. (2013). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: alfabeta.
- Kassim, N., & Asiah Abdullah, nor. (2010). The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings: A cross cultural analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/13555851011062269>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing. 15th Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall*. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2009.01.043>
- Kominfo.go.id. (2019, Februari 27). *Kemkominfo: Pertumbuhan E-Commerce Indonesia capai 78 Persen*. Retrieved 1 Desember, 2019, from https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-capai-78-persen/0/sorotan_media
- Kumparan.com. (2019, Desember 10). *Daftar E-Commerce Fashion dan Kecantikan yang Tawarkan Promo Harbolnas*. Retrieved 14 Januari 2020, from <https://kumparan.com/kumparanwoman/daftar-e-commerce-fashion-dan-kecantikan-yang-tawarkan-promo-harbolnas-1sPraNTSMf6>.
- Kemenperin.go.id. (2018, Maret 19). *Kian Kinclong, Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20 Persen*. Retrieved 20 November, 2019, from <https://kemenperin.go.id/artikel/18954/Kian-Kinlong,-Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20-Persen>
- Katadata.co.id. (2019, Oktober 4). *Tren Perawatan Kecantikan Naik Industri Kosmetik Dipatok Tumbuh 9%*. Retrieved 24 November, 2019, from <https://katadata.co.id/berita/2019/04/10/tren-perawatan-kecantikan-naik-industri-kosmetik-dipatok-tumbuh-9>.
- Kudu Sukanya. (2015). *Impact of trust on the relationship of e-service quality and customer satisfaction*. *EuroMed Journal of Business*, Vol. 10 No. 1, pp. 21-46.
- Lewis, B. R. (2015). *Servqual*. *Wiley Encyclopedia of Management*, pp. 1–1. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.wcom090654>
- Mc Knight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing And Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology. *Informatin System Research. Information Systems Research*.
- Muzaki Achmad. (2019). *Dampak Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tokopedia (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Lumajang)*. Skripsi pada STIE Widya Gama Lumajang,

- Mediaindonesia.com. (2019, Oktober 19). *Industri Kosmetik Nasional Alami Kenaikan Pertumbuhan 20%*. Retrieved 23 November, 2019, from <https://mediaindonesia.com/read/detail/266531-industri-kosmetik-nasional-alami-kenaikan-pertumbuhan-20>
- Minarsih, M.M., Haryono Tri Andi., & Turgiso Ilham.,(2016). *Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Onlineshop “Numira” Semarang)*.Journal of Management, Vol 2, No 2, 1-18.
- Nindiatma., Kusumawati., & Nuralam (2018). *Pengaruh Corporate Image dan Relationship Marketing Terhadap Trust Serta Dampaknya Pada Loyalty(Survei pada Seller Anggota Top Community Tokopedia)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 62, No 1, 145-154.
- Nidjo, S. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*, (cetakan pe). Jakarta: Penerbit Pustaka Sinar Harapan.
- Nindiatma, D. P., Kusumawati, A., & Nuralam, I. P. (2018). Pengaruh Corporate Image dan Relationship Marketing Terhadap Trust serta Dampaknya Pada Loyalty (Survei pada Seller Anggota Top Community Tokopedia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 145–154.
- Noor, D. J. (2011). Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah. In *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah*.
- Novinda, G., & Sutopo. (2017). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas website terhadap kepuasan kepercayaan dan niat pembelian kembali. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–10.
- Priansa ,s.pd.SE.,M.M.,QWP, D. juni. (2017). komunikasi pemasaran terpadu. In *cv.pustaka setia bandunh*.
- Purnamasari Dewi (2017). *The Roles of E-Service Quality, E-Trust, and E-Satisfaction on*.Jurnal Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung.
- Riduwan, & Sunarto. (2017). Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis. In *Bandung*.
- Rahayu Evita. (2018). *Pengaruh E-service Quality terhadap E-customer Satisfaction dan E-customer Loyalty Pada Toko Online Shopee*. Skripsi pada Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sanusi, A. (2014). Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian. *Metodologi Penelitian*.
- Sofyani Tiara. (2018). *Pengaruh kualitas produk,harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna situs jual beli online Lazada*. Skripsi pada Universitas Pasundan Bandung.

- Sociolla.com. (2015). Retrieved 1 November, 2019, from www.sociolla.com
- Saputra, M. H., & Ariningsih, E. P. (2014). Strategi Retail Mix Untuk Meningkatkan Daya Saing Peritel di Pasar Tradisional. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*. <https://doi.org/10.12928/optimum.v4i2.7803>
- Sarwono, J. (2010). Pengertian Dasar Structural Equation Modeling (Sem). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*.
- Sekaran, U. (2014). Research methods for business metedologi penelitian untuk bisnis. In *I*. <https://doi.org/10.1353/pla.2008.0010>
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.55-61>
- Sohail, S. (2012). The Antecedents of Relationship Marketing and Customer Loyalty : A Conceptual Framework to Determine Outcomes. *2012 International Conference on Economics, Business Innovation*, 38, 236–240.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode penelitian & Pengembangan (Reserch and Development / R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Statistik untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). In *Bandung: Alfabeta*. [https://doi.org/10.1016/S0969-4765\(04\)00066-9](https://doi.org/10.1016/S0969-4765(04)00066-9).
- Sugiyono. (2011). Populasi, Sampel, Pengujian Normalitas Data. In *Statistika Untuk Penelitian*.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D. In *Bandung: Alfabeta*. <https://doi.org/10.1007/s11116-011-9347-8>
- Swa.co.id. (2019, November 24). *Sociolla, Ekosistem Kecantikan dalam Satu Platform*. Retrieved 3 Desember, 2019, from <https://swa.co.id/youngster-inc/youngsterinc-startup/sociolla-ekosistem-kecantikan-dalam-satu-platform>
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ting Soo Ong., Ariff M.S.M., Zuraidah Sulaiman., & Saman Mat Z.M. (2016). *E-Service Quality, E-Satisfaction and E-Loyalty of Online Shoppers in Business*

to Consumer Market; Evidence form Malaysia . Faculty of Management,Universiti Teknologi Malaysia.

- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2011). Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar). In *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitiab. In *1*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). Service, Quality & Satisfaction. In *Edisi 4*. <https://doi.org/10.3389/fgene.2015.00293>
- Velnampy, T., & Sivesan, S. (2012). Customer Relationship Marketing and Customer Satisfaction: A Study on Mobile Service Providing Companies in Sri Lanka. *Global Journal of Management and Business Research*.
- Wulandari Desi .(2019). *Pengaruh E-service Quality Terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Dan E-Trust Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada TOP 3 Toko Online C2C: Tokopedia,Elevania,Bukalapak)*. Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Wijayanti, W. R. T. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Manajemen Hubungan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Study pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang*.
- Wolfinbarger, M., & Gilly, M. C. (2003). eTailQ: Dimensionalizing, measuring and predicting etail quality. *Journal of Retailing*. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(03\)00034-4](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00034-4)
- Wearesocial.com. (2019). *Global Digital Report 2019*. Retrieved 2 Desember, 2019, from https://wearesocial.com/global-digital-report-2019_
- Wartaekonomi.co.id. (2018, Maret 22). *Survei ini Sebut 55 Persen Wanita Pilih Belanja Kosmetik Secara Online*. Retrieved 3 Januari, 2019, from <https://www.wartaekonomi.co.id/read174626/survei-ini-sebut-55-persen-wanita-pilih-belanja-kosmetik-secara-online.html>.
- Wartaekonomi.co.id. (2018, Oktober 30). *Hadapi Perubahan Tren Belanja Konsumen Di Era-Digital Gotomalls Terapkan Omnichannel_* Retrieved 27 November, 2019, from <https://www.wartaekonomi.co.id/read201337/hadapi-perubahan-tren-belanja-konsumen-di-era-digital-gotomalls-terapkan-omnichannel.html>
- Wisnumurti Ratnasi., & Edwar Muhammad. (2015). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Atasan Wanita Yang Dijual Secara Online Melalui Grup Blackberry Messenger (Studi Pada Girls Outfit Project Shop)*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1177/009207002236911>