

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, A., Asdar, M., & Ismail, M. (2018). Pengaruh Keterlibatan Pelanggan dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 37-50.
- Annete, G., Yudiana, ., N., & Muchardie, B. (2016). Effect of Social Media Marketing on Customer Engagement and Its Impact Brand Loyalty in Caring Colours Cosmetic Martha Tilaar. *Binus Business Review*, 83-87.
- APJII. (2019). Diambil kembali dari Pengguna Jasa Internet : www.apjii.or.id
- Coulter, K. S., Gummerus, J., Lijender, V., Weman, E., & Pihlstrom, M. (2012). Customer engagement in a Facebook Brand Community. *Management Research Riview*.
- Daftar Situs online*. (2019). Diambil kembali dari www.daftarsitusonline.com
- David, D. (2018). Pengaruh E-service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online Grab.
- Feti, A. (2019). Successful Businesses in Sukabirus Food Court. *Journal of Secretary and Business Administration*.
- Gwang, K. (2016). A Study on The relationship Between The Protein Supplements Intake Satisfaction Level and Repurchase Intention Verifaction of Mediation Effect of Word of Mouth Intention.
- Hikmah, A. N. (2019). PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP ONLINE REPURCHASE INTENTION DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MARKETPLACE SHOPEE. 3-4.
- Hikmah, A., & Riptiono, S. (2018). Pengaruh Customer Engagement dan E-Service Quality Terhadap Online Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening pada Maketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.

- Hsin, C., Hua, W., & Ying, Y. (2014). The Impact of E-Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty on E-Marketing ; Moderating Effect of Perceived Value. *Total Quality Management & Business Excellence*.
- Indriyanti, P. K. (2018). Diambil kembali dari <https://www.Tiket.com/document/426131992/Sejarah-Tiket>.
- Indriyanti, P. K. (2018). Diambil kembali dari <https://www.tiket.com/document/426131992/Sejarah-Tiket>
- Keller, K. &. (2016). *Marketing Manaement 15th Edition*. Pearson Education,inc.
- Keller, K. &. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education, inc.
- Keller, K. &. (2016). Marketing Management. Dalam K. &. Keller, *Marketing Management*. Pearson Education, inc.
- Keller, K. &. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson Education,inc.
- Keller, K. &. (t.thn.). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson Education, inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principle Of Marketing*. Pearson.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Marta, R. E., Abror, A., & Trinanda, O. (2019). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecogen*, 156-164.
- Messakh. (2016). Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Traveloka Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.
- Muhammad, A. (2019). E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest. *Journal of Secretary and Business Administration*.
- Mulyadi, M. J. (2016). Pengaruh Brand Trust dan E-Service Quality Terhadap Niat Beli Ulang Barang Elektronik Secara Online di Situs Jual Beli Lazada.co.id.

- N, S., Teguh, N., & Waldi, A. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Memiliki Produk BNI Taplus PT Bank Negara Indonesia (Persero) TBK Kantor Wilayah Banjarmasin. *Jurnal Inovasi Bisnis*.
- Nur Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Dalam Niat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan Tiket. Com. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Nurdiantara, R. R. (2019). Pengaruh Media Sosial Twitter dan Customer Engagement Terhadap Kepuasan Bobotoh Persib .
- Pradana, D. (2018). Pengaruh E-Service Quality dan Kemudahan terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening . *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Priansa, D. J. (2016). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty pada Toko Online shopee .
- Rohwiyati, R., & Praptiestrini, P. (2019). The Effect of Shopee E-Service Quality and Price Perception on Repurchase Intention: Customer Satisfaction as Mediation Variabel. *Indonesian Journal of Contemporary Management Research* , 47-54.
- Salamat, N., Farahani, A., & Salamat, F. (2014). Customer Satisfaction in Privet and Public Fitness Club in North of Iran. *Journal of Business Management* .
- Samir Roushdy, A., & Ali, G. (2017). The Impact of Customers Engagement on Repurchase Intention: A Mediating Role of Customers Satisfaction-The Case of Takaful Insurance Industry.
- Sanaji. (2018). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Merek Serta Dampaknya pada Loyalitas Merek. 5-8.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior*. Boston: Pearson Education .

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaily, L., & Soelasih, Y. (2017). What Effects Repurchase Intention of Online Shopping. *Internasional Business Research*, 113-122.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa. Dalam F. Tjiptono. Yogyakarta: Andi.
- Widjojo, H. (2017). Dalam *Sari-sari Pemasaran dan Aplikasinya di Dunia Bisnis*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publising.
- Wijaya. (2017). PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP TURNOVER INTENTION. *E-Jurnal Manajemen Universitas Undayana*.
- Yahya Nabila, & Made Ni, K. N. (2019). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Repurchase Intention on Good Delivery Service. *International Journal of Business and Management*, 203-210.