DAFTAR PUSTAKA

Aditya, Ricky, dan Wardhana, Aditya. (2016). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Instant Messaging LINE Di Indonesia.* Retrieved from Researchgate.net.

Amin, Muslim, Rezaei, Sajad, dan Abolghasemi, Maryam. (2014). *User Satisfaction With Mobile Websites: The Impact of Perceived Usefulness(PU), Perceived Ease of Usefulness (PEOU) and Trust*. Retrieved from Emerald Insight.

Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: Rineka Cipta.

Bahrudin, Muhammad dan Zuhro, Siti. (2015*). Pengaruh Kepercayaan dan* Kepuasan Pelanggan *Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Retrieved from Researchgate.net.

Go-Tix.id. (2020). *Tentang GO-TIX*. (Diakses 10 September 2020 dari https://www.go-tix.id/about).

Tribun. (2020). *Daftar 5 Aplikasi Layanan Pemesanan Tiket Bioskop*. (Diakses 10 September 2020 dari https://www. sumsel.tribunnews.com/terms#services).

Cynthia, Ida Ayu, dan Ketut, I Gusti Ayu. (2016). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Untuk Membangun Loyalitas 6(10), 3637-3664*. Retrieved from ojs.unud.ac.id.

Dewi, Ni Made Ari Puspita dan Warmika, I Gde Kt. (2016). *Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap*

Eka, Randi. (2018). *Lanskap E – Commerce Di Indonesia Dari Perspektif Konsumen 2018.* (Diakses 15 Januari 2020 dari https://dailysocial.id/).

Emeraldo, Antonius. (2019). *Pengaruh Website Functionality , Perceived Usability & Perceived Usefulness Terhadap* Kepuasan Pelanggan *Pada Lazada Indonesia*. Retrieved from Digilib Ubaya.

Fauziah, Annisa Fitri, dan Rachmawati, Indira. (2018). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Trust Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Jasa Transportasi Online(Studi pengguna GO-JEK di Indonesia)*. Retrieved from Open Library Telkom University

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Husnan, F. (2015). *Buku Pintar Bisnis Online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Jayani, Dwi Hadya. (2019*). Data Pengguna Internet Terbesar Didunia 2019*. (Diakses 1 Februari 2020 dari https://databoks.katadata.co.id/).

Jayani, Dwi Hadya. (2019). *Rerata Pengunjung Web Bukalapak Bulanan Q1 2017 – Q2 2019.* (Diakses 01 Februari 2020 dari https://databoks.katadata.co.id/datapublish/).

Jayani, Dwi Hadya. (2019). *10 E – Commerce Dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019.(* Diakses 20 April 2020 dari https://databoks.katadata.co.id/).

Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson Pertince Hall.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th ed.* Person Education, Inc.

Laudon, K., C. & Traver, C., G. (2016). *E-Commerce: Business. Technology. Society 12th ed*. Prentice Hall.

_____. (2017). *E-Commerce: Business. Technology Society. United States of America.* Pearson: Education, Inc.

Mahendra, Yudhistira Ega., dan Zuliestiana, Dinda Amanda. (2019*). Pengaruh Website Functionality , Perceived Usability dan Perceived Usefulness Terhadap* Kepuasan Pelanggan *Lazada,* 8(3), 266- 288. Retrieved from Open Library Telkom University.

Maulana, Irfan dan Evanita, Susi. (2019). *Pengaruh Tata Ruang dan Atmosfer Website Toko Online Terhadap Emosional Konsumen Toko Online Blibli.com Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang*. Retrieved from ejournal.unp.ac.id.

Muflihhadi, Irfan, dan Rubiyanti, Nurafni, (2016). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Gojek Bandung).* Retrieved from Open Library Telkom University.

Natakusumah, F.,A. & Yuliati, A., L. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ina Cookies Bandung), Journal of Theory & Applied Management,* 9(1), 34-49. Retrieved from Journal of Universitas Airlangga.

Natalia, Jenny, dan Ginting, Dahlia Br, (2018). *Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Penggunaan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi VIU 17(3).* Retrieved from Researchgate.net.

Nughroho, A. S. (2016). *E-Commerce; teori dan implementasi*. Yogyakarta: EKUILIBRIA.

Ohk, Kyungyoung, Park, Seung-Bae, dan Hong, Jae-Won. (2015). *The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Interactivity, and Ease of*

Navigation on 3 Satisfaction in Mobile Application 84, 88-92. Retrieved from Researchgate.net.

Oyibo, Kiemute, dan Vassileva, Julita. (2017). *What Drives Perceived Usability in Mobile Web Design : Classical or Expressive Aesthetics*. Retrieved from Researchgate.net.

Pauzi, Asep. (2018). *Pengaruh Fungsi Website, Kegunaan dan Manfaat yang dirasakan Terhadap Kepuasan Konsumen Zalora.co.id.* Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.

Pham, TSH., MF Ahammad, MF. (2017). *Antecedents and consequences of online* Kepuasan Pelanggan*: A holistic process perspective. Technological Forecasting and Social Change. 124, 332-342. (Elsevier).* Retrieved from sciencedirect.com.

Pratama, I. P. A. E. (2015). *E-Commerce, E-Business, dan Mobile Commerce* Bandung: Informatika.

Pratama, Randy Andika. (2019). *Pengaruh Website Functionality , Perceived Usability, Perceived Usefulness terhadap* Kepuasan Pelanggan. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti.

Priyatno. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. Andi

Reyner, Brandon. (2017). *Profiling konsumen E-commerce : studi pada pengguna Blibli, Lazada, Berrybenka, Zalora, Bukalapak, dan Tokopedia.* Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan.

Rizan, Mohamad, Haro, Andrian, dan Rahmadhina, Balqis. (2019). *Pengaruh Perceived Ease of Use dan Service Quality Terhadap* Kepuasan Pelanggan *Dengan Trust Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna GRAB Di Wilayah Jakarta)* 10(2). Retrieved from Journal.unj.ac.id.

Sarwono, J. (2016). *Mengubah Data Ordinal ke Data Interval Dengan Metode suksesif.* Jakarta: Erlangga.

Sekaran, U. & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6-Buku 2. Jakarta*. Salemba Empat.

Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian;Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.

Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasar*. Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service (CAPS).

_____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Suryono, I. (2014). *Toko Online Professional dengan Blogger dan Wordpress*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Tandon, Urvashi., Kiran, Ravi., dan Sah, Ash N. (2015). Kepuasan Pelanggan *using Website Functionality , Perceived Usability and Perceived Usefulness towards online shopping in India*. Retrieved from Researchgate.net.

_____. (2017). *Analyzing customer satisfaction: Users Perspective Towards Online Shopping. Nankai Business Review International,* 8(3), 266- 288. Retrieved from Emerald Insight.

_____. (2017). *The influence of website functionality, drivers and perceived risk on* Kepuasan Pelanggan *in online shopping: an emerging economy case*. Retrieved from Researchgate.net.

Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.

Trisnawati, Echy, Assegaff, Setiawan, dan Rohaini, Eni, (2019). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceive Usefulness, Service Quality, Perceived Value Terhadap* Kepuasan Pelanggan *Pada Pengguna Grab.* Retrieved from ejournal.stikom-db.ac.id/

Tulodo, Bernadeta Asri Rejeki, dan Solichin, Achmad. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Care Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. Malacca Trust Wuwungan Insurance, Tbk.)10(1)*. Retrieved from Journal.unj.ac.id.

Yumna, Afifatul. (2019). *Pengaruh Effort Expectancy, Performance Expectancy, Self-Efficacy dan Trust terhadap kepuasan belanja online (Studi pada Konsumen Blibli, Bukalapak, JD.ID, Lazada, Shopee, dan Tokopedia).* Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom.