

BIBLIOGRAPHY

- Angel, R. (2016, Mei 14). *Keuntungan Belanja di Sociolla*. Retrieved from rima-angel.com: <https://www.rima-angel.com/2016/05/keuntungan-belanja-di-sociolla.html>
- Akbar, Ario Arzaq dan Tjahjono Djatmiko. (2016). *The Impact of E-Service Quality Towards E-Customer Satisfaction and E-Customer Loyalty in Lazada.Co. Id.* e-Proceeding of Management : Vol.3, No.1 April 2016
- Amban, H. E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Multichannel Integration terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan MatahariMall.
- Ambarwati, Dwi Asri Siti. (2015). *Analisis Perbandingan Loyalitas Konsumen Pada Online Shop dan Toko Konvensional (Brick and Mortar Store)*
- Andika, Bayu. (2016). *Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Lazada (Studi pada Masyarakat Kota Yogyakarta)*
- Annur, Cindy Mutia. (2019). Sociolla Raih Pendanaan Rp 560 M, Terbesar dari Temasek & EV Growth. Accessed from <https://katadata.co.id/marthathertina/digital/5e9a5031b03ea/sociolla-raih-pendanaan-rp-560-m-terbesar-dari-temasek-ev-growth>
- Aryanto, Nurwahyuli. (2015). *Pengaruh Multichannel dan Loyalitas Konsumen terhadap Minat Beli Ulang*
- Bachdar, S. (2017, May 24). *Menganalisis Konsumsi Kosmetik Perempuan Millenials Indonesia*. Retrieved from marketeers.com: <https://marketeers.com/menganalisa-konsumsi-kosmetik-perempuan-milenial-indonesia/>
- Balerina, S. (2018). Pengaruh Nilai yang Dipersepsikan Konsumen Terhadap Keinginan Membeli. *Universitas Indonesia*.
- Dzikranaka, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty pada Aplikasi SOCO by Sociolla. *Telkom University*.
- Fildayati, W. (2016). Pengaruh Online Shopping Convenience terhadap Repurchase Intention dan e-WOM yang Dimediasi oleh Variabel Consumer Satisfaction pada E-Commerce. *Perpustakaan Universitas Airlangga*.

- Graham, L. (2020, April 14). *Keuntungan Berbelanja Online Di Sociolla*. Retrieved from Fermeloiedor.com: <http://www.fermeloiedor.com/keuntungan-berbelanja-online-di-sociolla/>
- Harahap, Dedi Ansari dan Dita Amanah. (2018). *Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia
- Hasan, Ali. (2018). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Media Pressdindo
- Hootsuite. (2020). . Indonesian Digital Report. Accessed from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>.
- Indonesia, C. (2020, 01 25). *Daftar Toko Online yang Paling Menguasai Pasar RI Selama 2019*. Retrieved from cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200124205259-206-468540/daftar-toko-online-yang-paling-menguasai-pasar-ri-selama-2019>
- Isparwati, R. (2021). *Apa Itu Sociolla? Temukan Jawabannya Di Sini Lengkap*. Retrieved from riniisparwati: https://riniisparwati.com/apa-itu-sociolla/#Kelebihan_dari_Sociolla
- Kusumadewi, N. (2020). PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA OFFICIAL STORE SCARLETT DI SHOPEE DAN TOKOPEDIA. *Telkom University*.
- Larasat, Tiara Hanum dan Dinda Amanda Zuliestiana. (2019). *Analisis Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Belanja Online (Studi pada Perusahaan Sociolla di Indonesia)*. e-Proceeding of Management : Vol.6, No.1
- Levy, Michael and Barton Weitz. (2011). *Retailing Management – Global Edition. 8th edition*. McGraw Hill Higher Education.
- Luthfi, Ahmad. (2019). 11 Temuan Penting Peta *E-Commerce* Indonesia di Q12019. Accessed from <https://techno.okezone.com/read/2019/05/10/207/2054228/11-temuan-penting-peta-e-commerce-indonesia-di-q1-2019?page=1>.
- Mahira, P. R. (2020). THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION AT IKEA ALAM SUTERA . *Telkom University*.

- Mardatilla, Rika, Ari Kusyanti dan Himawat Aryadita. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce (Studi Kasus : Berrybenka*. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer : Vol. 1, No. 12
- Maulana, Y. (2019, November 24). *Sociolla, Ekosistem Kecantikan dalam Satu Platform*. Retrieved from swa.co.id: <https://swa.co.id/youngster-inc/youngsterinc-startup/sociolla-ekosistem-kecantikan-dalam-satu-platform>
- Mowen,J.C. dan Minor, M. (2015). *Perilaku Konsumen edisi 7*. Jakarta: PT Penerbit Erlangga
- Muna, Farida Nailil. (2019). *Pengaruh Pembelian Online dan Pembelian Offline Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada 3Second Yogyakarta)*
- Nugroho, Adi Sulisty. (2016). *E-Commerce; Teori dan Implementasi Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Ekuilibria
- Ochi, Evelyn. (2018). 5 Faktor yang Paling Sering Memengaruhi Para Pembeli Saat Belanja Produk Kecantikan. Accessed from <https://journal.sociolla.com/beauty/faktor-yang-memengaruhi-pembeli-saat-belanja-produk-kecantikan/>.
- Panigoro, A. (2018). ANALISIS E-LIFESTYLE DAN E-WORD OF MOUTH TERHADAP MEMPERTAHANKAN REPURCHASE INTENTION. *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Prasetyo, Nindya Larasati. (2019). *Pengaruh E-Service Quality dan E-Recovery Terhadap E-Loyalty dan Dampaknya Pada Online Repurchase Intention (Studi Kasus pada Sociolla.com)*
- Purwianti, Lily dan Tommy Ricarto. (2018). *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention pada Pengguna Smartphone di Batam*. Jurnal Manajemen Maranatha : Volume 18
- Ramadhanti, A. R. (2020). Penetapan Strategi Customer Relationship Management dengan Melakukan Analisis Kepribadian Pelanggan Menggunakan Pendekatan Model Ontologi (Studi Kasus: Online Review pada Website Sociolla). *Telkom University*.

- Sartika, D. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG PRODUK YOU C 1000 SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Edisi Kedua*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Savila, Intan Dewi, Ruhmaya Nida Wathoni dan Adhi Setyo Santoso. (2019). *The Role of Multichannel Integration, Trust and Offline-to-Online Customer Loyalty Towards Repurchase Intention: an Empirical Study in Online-to-Offline (O2O) e-commerce*. ScienceDirect
- Silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sociolla. (2021). *Sociolla*. Retrieved from Sociolla.com: <https://www.sociolla.com/>
- Utami, Nurullita. (2015). *Pengaruh Multichannel Integration terhadap Minat Beli Ulang Konsumen dalam Pembelian Online (Studi Kasus Berrybenka)*
- Warta Ekonomi. (2019). Sociolla Dapat Suntikan Dana US\$40 Juta, Dipimpin EV Growth dan Temasek. Accessed from <https://republika.co.id/berita/px7du317000/sociolla-dapat-suntikan-dana-us40-juta-dipimpin-ev-growth-dan-temasek>.
- Wicaksono, I. B. (2019). Pengaruh Online Shopping Experiences Produk Fashion Terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention. *Universitas Katolik Parahyangan*.
- Yanuardi, Andreas W. dan Yudha Indah P. 2016. *Analisis Multi-channel terhadap Customer Experience dan Customer Loyalty di PT Telkom Indonesia*. *Jurnal Manajemen Indonesia* : Vol. 16 – No.2