

DAFTAR PUSTAKA

- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA ANALYTICS PADA INSTAGRAM DALAMPENINGKATAN EFEKTIVITAS PEMASARAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-11.
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *Diponegoro Journal Of Management*, 1 - 15.
- Antonio, N., de Almeida, A., & Nunes, L. (2019). Hotel Booking Demand Datasets. *Data in Brief* 22, 41-49.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Devi Theresia, N. M., & Wardana, I. M. (2019). PENGARUH PENGALAMAN BELANJA ONLINE, KEPUASAN PELANGGAN, DAN ADJUSTED EXPECTATION TERHADAP NIAT MEMBELI KEMBALI MELALUI TRAVELOKA. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 8, 4899-4926.
- dewaweb.com. (2018). *Website & Development*. Diambil kembali dari dewaweb.com: <https://www.dewaweb.com/blog/user-interface/amp/> [24 April 2020]
- Foster, B. (2017). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Produk Fashion terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang Pelanggan Zalora serta Berrybenka. *Kontigensi*, 68-76.
- Hermawan. (2019, April 29). *Apa itu Shopee? Keunggulan Apa Saja yang Dimiliki oleh Shopee?* Diambil kembali dari www.nesabamedia.com: <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>

- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1999). Marketing for Hospitality and Tourism. Dalam P. Kottler, J. Bowen, & J. Makens, *Marketing for Hospitality and Tourism* (hal. 156). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kukuh, R. (2018, February 17). Diambil kembali dari Medium.com: <https://medium.com/machine-learning-id/simple-linear-regression-python-e541ed030e40>
- Kusuma, H., & Susilowati, D. (2007). Determinan Pengapdosian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *JAAI Vol 11*, 125-139.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA SITUS MATAHARIMALL.COM. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 1 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 1-7.
- Mauludiyahwati, S. (t.thn.). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.lazada.co.id). *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta*.
- Muazam, A. R. (2020, Agustus 06). <https://www.alinea.id>. Diambil kembali dari <https://www.alinea.id/gaya-hidup>: <https://www.alinea.id/gaya-hidup/transaksi-e-commerce-didominasi-generasi-z-dan-milenial-b1ZRL9woj>
- Reza, J. I. (2015, desember 01). *Ini yang Bikin Shopee Beda dengan Aplikasi Belanja Online Lain*. Diambil kembali dari www.tekno-liputan6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/2379358/ini-yang-bikin-shopee-beda-dengan-aplikasi-belanja-online-lain> [2 Maret 2020]

- Scmitt, B. (2010). *Customer Experience Mnanagement: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customer*. New York: Free Pass.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran ed.3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tukino, Nurastuti, P., Hartati, N., Yuningsih, N., & Sudharsono, M. (2021). Kualitas Antarmuka Terhadap Minat Beli: Dimediasi . *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 179-190.
- Warsito, A. (2019, January 10). *glints.com*. Diambil kembali dari <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-data-analyst/>