

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. S., 2019. Peran Media Sosial Dalam Perubahan Gaya Hidup Remaja. *Jurnal Universitas Airlangga*.
- Algifari, 2016. *Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan : Metode Importance-Performance Analys (IPA)*. Yogyakarta: BPFE.
- Alifah, U. N., Rusgiyono, A. & Prahutama, A., 2020. METODE SERVQUAL, KUADRAN IPA, DAN INDEKS PGCV UNTUK MENGANALISIS KUALITAS PELAYANAN RUMAH SAKIT X. *Stastisika*.
- Aprilia, P. K., 2019. ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI TRAVELOKA DENGAN MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI), IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE (PGCV). *Skripsi Fakultas Sains dan Teknologi Departemen Matematika Universitas Airlangga*.
- Ardhanari, M., 2008. CUSTOMER SATISFACTION PENGARUHNYA TERHADAP BRAND PREFERENCE DAN REPURCHASE INTENTION PRIVATE BRAND. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Volume 8, p. 2.
- Ayu, 2019. *Alasan Pentingnya After Sales Service Untuk Perusahaan*. [Online] Available at: <https://ukirama.com/>
- Bhote, K., 1996. *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty: The Key to Greater Profitability (AMA Management Briefing)*. 1st Edition ed. New York City: AMACOM.
- Chaffey, D., 2019. *Retrieved from E-marketing Mix or Digital*. [Online] Available at: <https://www.davechaffey.com/digital-marketing-glossary/emarketing-mix/>
- Chairani, D., 2018. *Ini Alasan Kenapa After Sales Service Penting untuk Perusahaan dan Brand*. [Online] Available at: <https://www.tribunnews.com/bisnis>
- Deharja, A., Putri, F. & Ikawangi, L. O. N., 2017. Analisis Kepuasan Pasien Bpjs Rawat Jalan Dengan Metode Servqual, CSIdan IPAdi Klinik Dr. M. Suherman. *Jurusan Kesehatan, Politeknik Negeri Jember*, 5(2), p. 107.
- Driedigera, F. & Bhatiasevib, V., 2019. Online grocery shopping in Thailand: Consumer acceptance and usage. *Journal of Retailing and Consumer Services*.

- Droogenbroeck, E. V. & Hove, L. V., 2017. Adoption of Online Grocery Shopping: Personal or Household Characteristics?. *JOURNAL OF INTERNET COMMERCE*.
- Fadila, E., 2022. *Profil Toko* [Interview] (Juni 2022).
- Farisi, S. A., Saroh, S. & Hardati, R. N., 2020. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE LAZADA. *JIAGABI*, 9(2), pp. 377-385.
- Firdiansyah, A., 2020. *Pengaruh After Sales Service dalam Hubungan Bisnis*. [Online] Available at: <https://glints.com/>
- Herlina, V., 2019. Kuisiener. In: *Panduan Praktis Mengolah Data Kuisiener Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia, pp. 1-2.
- Karim, R., 2013. Customer Satisfaction in Online Shopping: a study into the reasons for motivations and inhibitions. *Journal of Bussines and Management*, pp. 13-20.
- Kotler & Keller, 2008. *Perilaku Konsumen* [Interview] 2008.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2009. *Manajemen Pemasaran..* 2nd ed. s.l.:PT Index. kelompok Gramedia. Jakarta.
- Lim, X.-J. et al., 2021. The effects of anthropomorphism presence and the marketing mix have on. *Technological Forecasting & Social Change* 168.
- Marlius, D., 2017. KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN FAKTOR PSIKOLOGIS DANBAURAN PEMASARANPT. INTERCOM MOBILINDO PADANG. *Jurnal Pundi*, 1(1), p. 2.
- Marshal, 2020. *Pentingnya Layanan After-Sales Service Pada Bisnis Sektor Jasa*. [Online] Available at: <https://belajarinternetmarketing.co.id/>
- Mowen, J. C. & Minor, M., n.d. *Perilaku Konsumen* [Interview] n.d.
- Mulyandi, M. R. & Sani, E. P., 2020. PENGARUH E MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA E-COMMERCE DI INDONESIA). *Jurnal IKRA-ITH*, 3(41-46), p. 1.
- Nurani, M. & Welsa, H., 2018. PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, KEMENARIKAN POSTING MESSAGES, DAYA TANGGAP PELAYANAN TERHADAP SIKAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP DI INSTAGRAM. *Jurnal UPAJIWA*, 2(1).
- OJK, 2021. *KELEBIHAN DAN KEKURANGAN BELANJA ONLINE*. [Online] Available at: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/> [Accessed 2021].

- Permana, A., 2020. *S.E.O Anak Soleh*. [Online] Available at: <https://seoanaksholeh.com/perkembangan-bisnis-online-di-indonesia/>
- Populix, 2021. *Perilaku Konsumen : Faktor, Teori, Model & Pengertian menurut Ahli*. [Online] Available at: <http://info.populix.co> [Accessed 2021].
- Prihatiningsih, W., 2017. MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN REMAJA. *Jurnal Communication VIII*, Issue 1.
- Purhantara, W., 2010. Data Sekunder. In: *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, p. 80.
- Purhantara, W., 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purhantara, W., 2010. Pemilihan Data. In: *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, p. 79.
- Purnomo, W., 2015. ANALISA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP BENGKEL DENGAN METODE IPA (IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS) DI PT. ARINA PARAMA JAYA GRESIK. *JTM*, 3(3), pp. 54-63.
- Rangkuti, F., 2006. *Measuring customer satisfaction*. Jakarta: Gramedia.
- Risnawati, L., 2020. PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI KASUS PADA CV CEMILAN KUNIK GARUT. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), pp. 29-37.
- Rohman, S. & Abdul, F. W., 2021. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN BARANG NINJA EXPRESS DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, 5(1), pp. 73-85.
- Rosita & Satyawisudarini, I., 2017. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 1(3).
- Sakoikoi, J. & Priyanto, S. H., 2019. DETERMINAN KEPUASAN BELANJA KONSUMEN SAYUR ONLINE. *Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana*, 13(2).

- Sangaji, E. M. & Sopiah, N. W., 2013. Keputusan Pembelian. In: *Perilaku konsumen : pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: Ardi, p. 120.
- Saphores, J.-D. & Xu, L., 2020. E-shopping changes and the state of E-grocery shopping in the US -. *Research in Transportation Economics*.
- Saputri, I. A., 2021. *Mengenal Perilaku Konsumen dalam Belanja Online*. [Online] Available at: <https://yoursay.suara.com/> [Accessed 2021].
- Schiffman & Kanuk, 2000. *Perilaku Konsumen* [Interview] 2000.
- Srivastava, M., 2016. *Customer Relationship Management*. New Dehli: Vikas Publishing House PVT LTD.
- Supranto, 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: RIneka Cipta.
- Syamruddin, 2018. ANALISIS SRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DAN PROSPEK BISNIS PADA TOKO ONLINE "X". *JURNAL MADANI: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 1(1), pp. 253-266.
- Utami, H. N. & Firdaus, I. F. A., 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1).
- Wahyuningrum, R., 2018. ANALISIS STRATEGI E-MARKETING UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ONLINE. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 21(3).
- Wang, O. & Somogyi, S., 2019. Determinants for consumer food choice with the New Retail e-commerce mode. *Australian Agricultural & Resource*, pp. 2-15.
- Widyarto, W. O. & Nugraheni Djamal, F. A., 2018. Analisis Kualitas Pelayanan Publik dengan Metode Fuzzy-Service Quality (F-Servqual) dan Index Potential Gain Customer Value (IPGCV). *Jurnal Sistem dan Manajemen IndustriIS*, Volume 2, pp. 101-110.
- Zuraya, N., 2022. *APJII: Pengguna Internet di Indonesia Naik dari 175 Juta Menjadi 220 Juta*, Jakarta: Republika.