

REFERENSI

- Akbar, N.F. dan Nurcholis, L. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Studi kasus pada Furniture di Rangka Jaya Mebel Jepara. *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA (KIMU)* 3.
- Agustina, N., Fauzi, A. dan Nuralam, I.P. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pengguna Kartu Operator Seluler Simpati pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 64. No. 1, pp. 92-101.
- Anggraeni, R., Layaman, dan Djuwita, D. (2019). Analisis Pemanfaatan Social Media Marketing Terhadap Customer Loyalty Yang Menggunakan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. Vol. 4. No. 3, pp. 445-455.
- Anggriana, R., Qomariah, N. dan Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, Vol. 7(2), pp. 137-156.
- Ashoer, M., Prihatin, E., dan Ratnasari, R. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pelanggan Situs Toko Online Brodo. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*, Vol. 15(3): 238-251.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik Indonesia 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Indonesia 2021*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Darmo, I.S. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Purchase Intention Dengan E-Wom Dan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, Vol.1(2), pp. 15 – 26.
- David, D. (2018). Pengaruh E-service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online Grab. *Agora*, 6(2).
- Dragnea, M. (2019). The Power of Personal Values on Customer Satisfaction and Retention. *Journal of Eastern Europe Research in Business and Economics*, 2019, 1–27.
- Ghozali, I. (2018). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., and Sarstedt, M. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California: SAGE Publications, Inc.
- Han, H., Nguyen, H. N., Song, H. J., Lee, S., & Chua, B. L. (2019). Impact of

functional/cognitive and emotional advertisements on image and repurchase intention. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 28(4), 446–471.

Harini, C. dan Amboningtyas, D. (2017). Analisis Personal Values Terhadap Shopping Orientation Pada Pengunjung Swalayan Ada Setiabudi Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, Vol. 2 No. 2, pp. 1-22.

Hossain, Mohammed and Leo, S. (2008). International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management. *Managerial Finance*, 34(10).

Jurnaiti, Lubis, A. R., & Hafasnudin. (2017). Pengaruh Consumer Involvement, Kredibilitas Sumber Informasi dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Obat Pada Apotek di Banda Aceh. *Health Marketing Quarterly*, 08(3), 135–157.

Kasino. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Mitra Tour & Travel Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol. 3(1), pp. 623 – 642.

Khairunissa, K., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Survei pada Mahasiswa BINUS University yang menggunakan jasa Go-jek di Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 46(2), 37–45.

Kemenperin. (2019). Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun. Retrieved from <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun->.

Kementrian PPN/Bappenas. (2019). *Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia 2019* .

Kotler, P. and Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Lee, H. J. (2019). Does consumption of organic foods contribute to Korean consumers' subjectivewell-being? *Sustainability (Switzerland)*, 11(19).

Nasir, M. dan Harti. (2017). Pengaruh E-Service Quality Dan Diskon Terhadap Minat Beli Pada Situs Online Di Website Zalora.co.id Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol. 01. No. 01, pp. 15-18.

PP No. 45. (2019). *Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 94 Tahun 2010 Tentang Penghitungan Penghasilan Kena Pajak dan Pelunasan Pajak Penghasilan Dalam Tahun Berjalan*. Pemerintah Republik Indonesia.

Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Compp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(19), 70–90.

- Rachmawati, I. (2018). Personal Values and The Level of Satisfaction on Institutional Education System Among International Students. *Didaktika*, Vol. 24. No. 2, pp. 171-184.
- Rachmawati, I. (2018). Personal Values and The Level of Satisfaction on Institutional Education System Among International Students. *DIDAKTIKA: Jurnal Pemikiran Pendidikan*, 24(2), 171.
- Rahmawati, A. P., Prihastuty, R., & Azis, A. (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Repurchase Intention. *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah*, 10(3), 293–298.
- Ramanathan, U., Subramanian, N., & Parrott, G. (2017). Role of social media in retail network operations and marketing to enhance customer satisfaction. *International Journal of Operations and Production Management*, 37(1), 105–123.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690.
- Septiani, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 17(2): 98 – 108.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. N. (2017). Customer Satisfaction as mediator between website service quality and repurchase intention: An emerging economy case. *Service Science*, 9(2), 106–120.
- Teck Weng, J., & Cyril de Run, E. (2013). Consumers' personal values and sales promotion preferences effect on behavioural intention and purchase satisfaction for consumer product. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 25(1), 70–101.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta: ANDI.
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *Agora*, Vol. 6. No. 1, pp. 1-10.
- Teck Weng, J., & De Run, E. C. (2010). *the Influence of Personal Values on Sales Promotion Techniques for Convenience Products*. 3(2), 16–24.
- Ulum, F. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 68.
- Umar, H. (2019). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi-2. Cetakan ke-13. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wen, C., & Fang, J. (2014). The role of E-quality within the consumer decision making

process. In *International Journal of Operations and Production Management* (Vol. 34, Issue 12).

Wibowo, S. F., Raidah, R. A., & Rahmi. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Service Value terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 148–166.

Wingsati, W.E. dan Prihandono, D. (2017). Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6 (2): 195-205.

Worsley, A., Wang, W. C., Sarmugam, R., Pham, Q., Februhartanty, J., & Ridley, S. (2018). Household food providers' attitudes to the regulation of food marketing and government promotion of healthy foods in five countries in the Asia Pacific region. *British Food Journal*, 120(6), 1236–1249.

Wu, H., Lv, X., Cavusoglu, M., & Cobanoglu, C. (2020). Chinese cruise customers loyalty: the impact of customer participation and service personal values. *Tourism Review*, 71802079.

