

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, S. 2018. Pengaruh online promotion terhadap repurchase intention dengan consumer perception sebagai mediasi pada travel online. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 94-100.
- Aini, Ika Nur Khikmatul, R. A. Marlien, and Alimuddin Rizal Riva'i. 2022. "Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen KFC di Kota Semarang)." *Jurnal Mirai Management* 7.2 263-276.
- Amalia, Rezha Nur, and Ragil Setia Dianingati. .2022. Pengaruh jumlah responden terhadap hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner pengetahuan dan perilaku swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9-15.
- Annur C M., 2022. (online). Nilai Ekonomi Sektor E-commerce di Indonesia (2019-2025\*). <https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada 26 Maret 2023
- APJII. 2022. (online). di Indonesia Digital Outlook 2022. <https://apjii.or.id/> diakses pada 25 maret 2023
- Ardianto, Yuli, Supriadi Thalib, and Dian Riskarini. 2021. Analisis Repurchase Intention Melalui *Customer Satisfaction* Dilihat Dari Experiential Marketing dan Servicescape. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 155-172.
- Arif, Muhammad. 2021. Pengaruh social media marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) dan lifestyle terhadap keputusan pembelian online. In *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, pp. 111-122).
- Badan Pusat Statistik. 2022. (online). Statistik e-commerce 2022. <https://www.bps.go.id/>. Diakses pada 25 maret 2023
- Bagasworo, Wasi, and Visi Hardiani. 2019. Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Customer Experience Quality* Terhadap Loyalitas

Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen di Sisha Cafe Kemang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 2(3), 110-118.

Cahyani, Aulia, I. Made Adhi Gunadi, and Yustisia Pasfatima Mbulu. 2019. Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Repurchase Intention Pada Pt. Traveloka Indonesia. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(1), 25-36.

Cahyono, Yuli Tri, and Indah Dwi Wibawani. 2021. Pengaruh Harga, Online *Customer Review*, dan Online *Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi*. Vol. 2. No. 1.

Data Indonesia.id. 2023. (Online). Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023> . diakses pada 26 Maret 2023

Diyanti, Syarifa, Yuliniar Yuliniar, and Suharyati Suharyati. "Customer Experience, Kepuasan Pelanggan dan Repurchase Intention pada E-commerce Shopee." *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi 2.1* (2021): 677-689.

eprints.umpo.ac.id/3037/3/BAB%20II.pdf. Diakses pada 30 Maret 2023

Hasniati, Hasniati, Dewi Pratiwi Indriasar, and Arief Sirajuddin. 2021. Pengaruh *Customer Experience* terhadap Repurchase Intention Produk Online dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variable Intervening. *Management and Accounting Research Statistics Journal*, 1(2).

Hasyim M. A N., Sundari E., Santiani M., Oktavian R. 2019. Kualitas Informasi Pelanggan Dalam Rangka Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pt Akur Pratama Cabang C. *jurnal co-management*, vol. 1 no. 3

Husin, A. I., Armelsa, D., & Rakhmah, S. N. 2019. Penggunaan Aplikasi Berbasis Internet. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 1(1), 31-36.

- Insyra, Dimas Barent, and Jojok Dwiridotjahjono. 2022. Pengaruh *Customer Experience*, *Trust* dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Reservasi Tiket Pesawat di Traveloka. *SEIKO : Jurnal of Management & Bussiness* 5
- Iswara, I. G. A. D., & Jatra, I. M. (2017). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention (Studi Kasus Pada Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar). *EJurnal Manajemen Unud*, 6(8), 3991-4018.
- Ivan S, Wahyudi B A. 2018. Pengaruh E-Wom (Electronic-Word-Of-Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Di agoda.com
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Kamus versi online/daring (dalam jaringan). <https://kbbi.web.id/pengalaman> . diakses pada 26 Maret 2023
- Laksmi, A. A., & Oktafani, F. 2016. Pengaruh electronic word of mouth (ewom) terhadap minat beli followers Instagram pada warunk upnormal. *Jurnal Computech & Bisnis (e-Journal)*, 10(2), 78-88.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. 2020. Efektifitas media instagram dan e-wom (electronic word of mouth) terhadap minat beli serta keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101-115.
- M.traveloka.com/id-id. (Online)
- Meybiani, O., Faustine, G., & Siaputra, H. (2019). Pengaruh Ewom Dan Online Trust Terhadap Purchase Intention Di Agoda. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 7(2).
- Nilsson, J., & Wall, O. (2017). Online *customer experience*, *satisfaction* and *repurchase intention* for online clothing retailing.
- [repository.bsi.ac.id/index.php](https://repository.bsi.ac.id/index.php). (Online) diakses pada 29 Maret 2023

repository.iainkudus.ac.id/ ((Online) diakses pada 29 Maret 2023

Rustam Muhammad. 2017. *Internet Dan Penggunaannya (Survei di Kalangan Masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan)*

Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.

Savitri, E. A., Zahara, Z., & Ponirin, P. (2016). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Repurchase Intention Melalui Electronic Word of Mouth. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 2(3), 241-250.

[Similarweb](https://www.similarweb.com/) 2023. (Online). [traveloka.com](https://www.traveloka.com) Ranking. <https://www.similarweb.com/> . diakses pada 30 Maret 2023

Stefanie Adelia. 2018. Pengaruh Online Promotion Terhadap Repurchase Intention Dengan Consumer Perception Sebagai Mediasi Pada Travel Online. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12 No. 2

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV

Tiwa, Elsaday Teresa, Femmy CM Tasik, and Antonius Purwanto. 2022. Pemanfaatan Internet Dalam Pengembangan Usaha Kuliner Desa Tumpaan Kecamatan Tumpaan. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 2(2).

[Traveloka.com/id-id/explore/activities/traveloka-com-official-logo](https://traveloka.com/id-id/explore/activities/traveloka-com-official-logo)

Verina, T., & Susanti, A. (2022). Pengaruh *Customer Experience*, Easy Of Use Dan *Customer Trust* Terhadap Repurchase Intention Situs Jual Beli Online Shopee Dikalangan Mahasiswa Kota Surakarta. *Educational Leadership: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(01), 126-138.

Wijaya, C., Aziza, S., & Hasanah, W. (2019). Pelanggan Dan Kepuasan. *Sabilarrasyad: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Kependidikan*, 4(2), 16-25.

Yunitasari F. 2018. Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi