

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Adi Sukma. 2012. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Website". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma. Vol. 1 No. 1 Juni 2014. Hal. 1-6.
- Ardelia, Jessica (2017). Analisis Pengaruh *e-service quality, customer satisfaction, switching barrier* terhadap *customer loyalty mobile telephony* pada Tokopedia Surabaya. *Undergraduate Thesis*, Widya Mandala Catholic University Surabaya.
- Adam, Muhamad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*, Bandung, Alfabeta.
- Andini, Natasya Putri., et. al. 2014. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*/ Vol. 11 No. 1 Juni 2014. Hal. 1-6.
- Anindea Revita. (2016). *E-Satisfaction dan E-Trust* mempengaruhi *E-Loyalty* konsumen wanita dalam social media. *Jurnal manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 1 No. 4 Hal. 505-513.
- Burhanuddi. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan kenyamanan berbelanja *online* terhadap kepuasan konsumen dan niat pembelian ulang Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 1 No. 1 Hal. 1-24.
- Cindy. P.W (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel Intervening. *Jurnal ilmiah UNTAG Semarang*. Vol. 7 No. 3. Hal. 25-38.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Eka Satryawati. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan *E-Commerce*. *Jurnal Sistem Informasi*. Vol. 01 No. 1. Hal. 1-15.
- Fandy Tjiptono, & Chandra, G. (2012), *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*, Andi, Jakarta.

- Fanny, S. P dan Aulia Z.F. (2019). Kualitas situs Web, Kepercayaan, dan Loyalitas konsumen Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*. Vol.2 No.1 Hal. 13-22.
- Ferdinand, A. T. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro Semarang.
- Fika Ayu. (2018). Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan *E-Commerce* Shopee terhadap Kepuasan konsumen Shopee Indonesia pada mahasiswa FE UII pengguna Shopee. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*. Vol. 01 No. 1. Hal. 1-20.
- Fina F., Mustafid, Suparti. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada online Shop menggunakan *Structural Equation Modeling*. *Jurnal Gaussian*, Vol. 2. No. 2 Hal. 98-108.
- Garit Suhendra, dan Edy Yulianto. (2017). Pengaruh Kualitas nPelayanan terhadap Nilai Pelanggan dengan Kepuasan sebagai variabel ediator (Survey pada Pelanggan Bukalapak.com). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 51 No. 2. Hal. 58-67.
- Griffin, Jill. 2010. *Costumer Loyalty. Menumbuhkan dan mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, Ratih, “Bauran Pemasran dan Loyalitas konsumen”, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 2015).
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2013 *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi 1. BPF. Yogyakarta
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler dan Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta,
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 14<sup>th</sup>*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

\_\_\_\_\_. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 15. Jakarta: Erlangga.

\_\_\_\_\_. (2016), *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gery, (2014), *Principles of Marketing*, 12<sup>th</sup> Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.

Lestari, Ani dan Edi Yulianto. (2018). Pengaruh kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan pelanggan sebagai variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 54 No. 1 Hal. 74-81.

Lovelock, Wirtz dan Mussry. (2011). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Erlangga.

Linardi, Ricky. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Online Shop RL\_WATCH. AGORA. Vol. 7 No. 1. Hal. 1-4.

McKnight, D. Harrison, Vivek Choudhury, and Charles Kacmar. 2002. Developing and Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology. *Information System Research*. Vol. 13, p334-359.

Michael Christian dan Vincent Nuari. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap loyalitas konsumen studi kasus: Belanja Online BHINNEKA.COM. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol. 20 No. 1. Hal. 33-53.

Muhamad, A. F. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan terhadap Loyalitas berbelanja online di OLX.co.id (studi pada mahasiswa manajemen dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).

Muslim, Biandri. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap kepuasan serta Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada toko online BELLSHOP). *Jurnal Ecopreneur*. Vol. 2 No. 1. Hal. 45-49.

Mowen, John C & Minor, Michael. 2012. *Customer Behavior*, 11st Edition Boston, Prentice Hall.

Novianti, Edri, dan Darlis. (2018). Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Imiah Manajemen*. Vol. 8, No. 1, Hal. 90-108.

Novita Sari. (2018). Pengaruh Kepercayaan, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja online di Lazada.co.id pada mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Imiah Manajemen*. Vol. 1, No. 2, Hal. 1-15.

Panjaitan, Januar, Effendi. Dan Yulianti, Ai Lili. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*. Vol. 11, No. 2 Hal. 265-289.

Resa, N.A dan Ria A. 2018. Pengaruh Kepercayaan dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-commerce Fashion Muslim Hijup di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. Vol.6, No. 1:75-85.

Rizki T. H. (2017). Pengaruh *E-Trust* dan *Marketing Public Relation* terhadap *E-Loyalty* Konsumen Situs Jual Bel Lazada. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*. Vol. 02 No. 2. Hal. 1-17.

Siregar, Syofian. 2015. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality, dan Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. 2012 *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Andi Offset, Yogyakarta

\_\_\_\_\_. 2014 *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. PT Indeks Kembangan, Jakarta.

Yusrini Meidita, Suprpto, dan Rokhmawati. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce (Studi Kasus: Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Vol. 2 N0. 11. Hal. 5682-5690.

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Service Marketing Integrating Customer Fokus Across the Firm* 6<sup>th</sup> ed. MC. Graw-Hill. Boston.

\_\_\_\_\_.Buku Pedoman Penyusunan Skripsi Prodi Manajemen  
*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.*

<http://iprice.co.id/insights/mapofecommerce> ; diakses pada tanggal 24 Oktober 2019

<http://www.kominfo.go.id/> ; diakses pada tanggal 24 Oktober 2019

<https://portal-uang.com/2016/12/mengenal-kelebihan-dan-kekurangan-shopee.html> ; diakses pada tanggal 30 Oktober 2019

<https://amp.kontan.co.id/news/shopee-menjadi-e-commerce-paling-banyak-diakses-oleh-responden> ; diakses pada tanggal 30 oktober 2019.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee>; Diakses pada tanggal 2 Februari 2020.

