

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, Nur, and Siti Istikhoroh. 2020. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Pengguna Shopee Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya). *Journal of Sustainability Business Research (JSBR)* 1(1):169–73. doi: 10.36456/jsbr.v1i1.2981.
- Andira, Firani Dias, Kokom Komariah, and Nor Norisanti. 2020. Analisis Web Service Quality Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Shopee (Survei Pada Pengguna Online Shop Kawaidollshop Di Sukabumi). *Syntax Idea* 2(7):216–24.
- Anugrah, Fajar Tangguh. 2020. Effect of Promotion and Ease of Use on Customer Satisfaction and Loyalty on OVO Application Users. *Quantitative Economics and Management Studies* 1(1):44–50. doi: 10.35877/454ri.qems77.
- Apriliani, Dwi, Nikmah Baqiyyatus S, Rizka Febila, and Vicky F. Sanjaya. 2020. Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Brand Image, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 1(1):20–30. doi: 10.37631/e-bisma.v1i1.214.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bintari, Wulan Probo, IBN Udayana, And Bernadetta Diansepti Maharani. 2022. Pengaruh Usability, Information Quality, Dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Kabupaten Kediri). *Jurnal Perspektif* 20(1):68–75. Doi: 10.31294/Jp.V20i1.12286.
- Cahyono, Nur Eko, and Syaifuddin Fahmi. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Loyalitas Konsumen (Pengguna Platform Aplikasi Marketplace Di Kota Malang). *Jemba* 1(4):503–16.
- Cori, Putri Oldinia Paramita, Christina Menuk, and Bisma Arianto. 2021. Pengaruh Kualitas, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Pada Mahasiswa PGSD Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research* 2(1):431–41.
- Effendy, Mochtar Luthfi, Maheni Ika Sari, and Haris Hermawan. 2021. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warung Kopi Cak Kebo. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 8(2):107. doi:

10.19184/ejeba.v8i2.24805.

- Ernawati, Nopy, and Lina Noersanti. 2020. Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI* 03(02):27–37.
- Emasno, F. M., and R. F. Wijayanti. 2022. Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis* 211–16.
- Faizah, N., and Sanaji, S. 2022. Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Loyalitas dengan Trust sebagai Variabel Intervening terhadap Penggunaan Aplikasi Warung Pintar. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(3), 946–959. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n3.p946-959>
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., and Singh, D. 2020. Impact Of Service Quality On Customer Loyalty And Customer Satisfaction In Islamic Banks In The Sultanate Of Oman. *Sage Open*, 10(2)
- Firdaus, Mu'minatus Fitriati, and Ditiya Himawati. 2022. Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 27(2):216–30. doi: 10.35760/eb.2022.v27i2.5259.
- Fitrianingsih, F., Hasibuan, MR, and Suwadi, S. 2022. Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Pay Later Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus di Perumahan Cemara Indah Tebing Tinggi. *Kemajuan Bisnis Digital* , 1 (02), 58–67.
- Ghozali, Imam. and Latan, Hengky. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Haris, D. 2019. Kualitas Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 21-41
- Hartanto, Bobby, and Dwi Aprianingsih. 2022. The Effect of Website Quality, Trust, and Ease of Use on Customer Loyalty: Customer Satisfaction as a

- Mediation. *Frontiers in Business and Economics* 1(1):16–23. doi: 10.56225/finbe.v1i1.81.
- Haryono, Siswoyo, and Parwoto Wardoyo. 2013. *Structural Equation Modeling (SEM) Untuk Penelitian Manajemen*. Jakarta: PT Intermedia Personalia Utama Jakarta.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasdani, Hasdani, Mohammad Nasir, and Burhanuddin. 2021. Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains* 1(3):187–96.
- HS, Rusminah, and Hilmia. 2021. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Layanan Aplikasi Gofood. 9(1):87–98.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya.
- Jogiyanto. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*. Keenam. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th ed., London: Pearson Education.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 16th Edition ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kuncoro, Mudrajad. 2016. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Agung Widhi, and Zarah Puspitaningtyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Lanandra, F., and Suhartono, S. 2023. Analisis Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variable Intervening Shopee Food Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3 (3), 1079 – . <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i3.779>
- Laudon, Kenneth C., and Carol Guercio Traver. 2017. *E-Commerce 2017: Business, Technology, Society*. 13th Edition. Pearson Education.
- Lestari, R. D. 2021. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Mobile Banking BSI (Bank Syariah Indonesia) Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan

Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang.

- Murni, Chusnul Hajijah. 2020. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Di Shopee. *Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Di Shopee* 117.
- Mutammam, Mutammam, Ujang Sumarwan, and Netti Tinaprilla. 2019. Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Angin Merek Green Nitrogen. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen* 5(2):231–41. doi: 10.17358/jabm.5.2.231.
- Pedoman Penyusunan Skripsi*. 2021. Kudus: Progdil Manajemen FEB UMK.
- Putra, Sandy Pradana, Endang Suswati, and Rini Astuti. 2023. Pengaruh Pengembangan Produk Jasa Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pada Pt. Assist Software Indonesia Pratama. *Jurnal Manajemen Gajayana* 1,(1).
- Putri Dwi Astuti, Julius Nursyamsi, Haryono, and Joko Utomo. 2022. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis* 2 (1):68-77. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i1.199>.
- Rafiah, Kurnia Khafidhatur. 2019. Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce Di Indonesia. *Al Tijarah* 5(1):46. doi: 10.21111/tijarah.v5i1.3621.
- Rahayu, Emi, Fakhri Fauzan, Hendrianto Wijaya, and Willy Gunadi. 2020. The Effect of Trust and Satisfaction on Customer Loyalty in Online Shop: Case of C2C E-Commerce in Indonesia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 10(8):699–709. doi: 10.6007/ijarbss/v10-i8/7619.
- Ramayani, F., Chamidah, S., and Wahyuningsih, D. W. 2022. Pengaruh Complete Features, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pengguna Zoom Meeting Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. *Bussman Journal: Indonesian Journal Of Business And Management*, 2(3), 633-647.
- Ramadhani, Mella, and Nurhadi. 2022. Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data*

Palembang 11(2):200–214.

- Salsabilah, F., Saidani, B., and Fidhyallah, N. F. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Rel Listrik. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(2), 479-488.
- Sani, Dinda Fauziah. 2021. Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kota Padangsimpun. *Thesis* 1–151
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. edited by Nikoemus WK. Yogyakarta: andi.
- Saputri, Fanny Setiyo, and I. Made Sukresna. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan Website, Kemudahan Penggunaan Website, Keamanan Website, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada E-Commerce Shopee). 23(02):1–17.
- Sari, Ayu Cindy Mardika, and Marsudi Lestariningsih. 2021. Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Volume 10(5):1–17.
- Sari, N. E., and Oswari, T. 2020. Pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada toko online Tokopedia. *Creative Research Management Journal*, 3(2), 34-46.
- Sari, R. Kartika Permata. 2020. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Pegawai Menggunakan Mobile Banking Pada Pegawai Kantor Pelayanan Dan Pengawasan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean C Manado. *Skripsi*.
- Sitinjak, Tony. 2019. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen* 8(2):27–39.
- Sulle, Yonatan. 2022. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Kapi). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik* 2(1):101–9. doi: 10.38035/jihhp.v2i1.862.
- Suryani, Devi, Ermansyah, and Al Sukri Saipul. 2021. Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Trust Terhadap kepuasan pelanggan gojek. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2(3):715. doi: 10.24912/jmk.v2i3.9584.

- Suryani, R, and Ramdhani, F. N. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Toko Terhadap Niat Beli Ulang Di Online Marketplace Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Medikonis*, 13(1), 62-69.
- Suryani, Swastika, and Komsu Koranti. 2022. Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 27(2):183–98. doi: 10.35760/eb.2022.v27i2.5189.
- Sustiyatik, Enni, and Beni Agus Setiono. 2020. Pengaruh Product, Price, Promotion, Dan Place Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan* 10(1):75. doi: 10.30649/japk.v10i1.75.
- Tekno.sindonews.com. 2021. Begini cerita erigo dari indonesia ke times square new york, <https://tekno.sindonews.com/read/379194/207/begini-cerita-erigo-dari-indonesia-ke-times-square-new-york-1616936631?showpage=all>
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: andi.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: andi.
- Wen, M. 2023. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen Shopee Pada Generasi Z (Disertasi Doktoral, Universitas Katolik Musi Charitas).
- Wilson, Nicholas. 2021. The Effect of Brand Image, Website Quality, and Trust Towards Customer Loyalty in the Indonesian Consumer-to-Consumer (C2C) E-Commerce Business. Pp. 124–30 in *Proceedings of the Ninth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2020)*. Vol. 174.
- Wiratama, Jeremy Iron, Muhammad Agung Hidayatullah, Innocentius Bernarto Bernarto, and Lamhot Henry Pasaribu. 2021. Price, Service Quality and Trust on Online Transportation towards Customer Satisfaction. *Enrichment: Journal of Management Journal* 21:590–96.
- Yani, Masriati Indah, and Sugiyanto. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee. *Sinomika Journal* 1(3):443–72.
- Yonaldi, Sepris, Fingki Maria Defita, and Liza Zulbahri. 2019. Analisis Pengaruh Trust , Perceived Of Use , Dan Perceived Risk Terhadap Minat Beli Online Shop Menggunakan Instagram Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 10(2):16–23.