

DAFTAR PUSTAKA

- Alya, E. S., dan Jofret, U. S. P. D. 2024. Membangun Kepercayaan Konsumen Di Kota Kupang Untuk Berbelanja Scara *Online* Melalui *E-wom* Dan *E-Service Quality*. *Reslaj*, 6 (4), 2159-2170.
- Angela, G. M. L., dan YB, Andre, M. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan, *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pada Pelanggan Aplikasi *Marketplace*. *Jurnal Bangun Manajemen*, 1 (2), 94-103.
- Ariya Adhitama. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia (Studi pada Pengguna Tokopedia). *Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1 (2), 71-79.
- Avifah, N. S., dan Indra, K. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto). *Jurnal JAEMB*, 2 (2), 154-166.
- Ballav, N., and Achyut, G. 2020. Customer Satisfaction Towards Online Shopping In Kathmandu Valley. *Patan Pragma*, 7 (1), 135-145.
- Chindy, A. A., Susie, P., dan Heru, R. B. 2018. Cyberbranding sebagai Upaya Membangun Brand Awareness Shopee Indonesia. *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 2 (2), 72-86.
- Enny, R., dan Andi, J. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Erfina, F., Muhammad, F. A., dan Wira, B. 2021. Analisis Kualitas Platform E-Marketplace Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Zilingo). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 20 (2), 188 - 197.
- Fandy, T. 2017 . *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Fandy, T., dan Gregorius, C. 2016. *Service, Quality & Satisfaction* (4 ed.). Yogyakarta: ANDI.
- _____. 2019 . *Service, Quality & Satisfaction* (4 ed.). Yogyakarta: ANDI.
- G. A. B. S., Perera dan K. M. V., Sachitra. 2019. Customer Satisfaction towards Online Shopping in Sri Lanka (Moderating Effect of Income Level). *Asian Journal of Advanced Research and Reports*, 6 (2), 1-10.

- Ghozali, I. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Henri, M., and Gugyh, S. 2021. The Effect Of Reputation And Electronic Word Of Mouth On Customer Trust. *Marketing Management Studies*, 1 (4), 374-389.
- Izhhar, G., dan Harry, S. 2021. Analisis Pengaruh Promotion Dan E-Trust Terhadap Eloyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening(Studi Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce C2c Bukalapak Di Fakultas Ekonomik Dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management*, 10 (2), 1-8.
- Junardi, dan Melia, S. 2019. Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Pelanggan Jd.Id Di Pontianak. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2 (1), 44-53.
- Kartika, I. T. dkk. 2021 . Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Berbelanja Online. *SENAPENMAS* , 1407-1412.
- Kotler, P., and Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (Edisi 15 ed.). England: Pearson.
- Kurnia, K. R. 2019. Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah* , 45-46.
- Livia, N. K. P., dan Budi, S. 2021. Analisis Pengaruh Online Customer Reviews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening(Studi pada Konsumen Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 10 (3). 1-12.
- Oktavia Retno, M., Heri, W., dan Tegoeh, H. A. 2020. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi oleh Loyalitas. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 4 (1), 97 – 111.
- Onny, F. S., dan Novelia, U. 2017. *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta.
- Primadi, A., Farida, J., dan Robert, K. 2022. Effect Of Product, Distribution And Service Quality On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction At Indonesian Marketplace. *Devotion Journal of Community Service*, 3 (4), 321-335.
- Rathore, S., and Panwar, A. 2015 . *Capturing, Analyzing, and Managing Word-of-Mouth in the Digital Marketplace*. Hershey PA: IGI Global.

- Ridwan, A. K., Ii, Halilah. 2019 . Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). *POLBAN*, 1204-1213.
- Scherly, H. 2021. Analysis Of E-Service Quality And Website Quality Effect On E-Customer Loyalty Through E-Customer Satisfaction (Case Study Tokopedia). *Research in Management*, 1-5.
- Sugiyono. 2016 . *Metode Penelitian Ilmiah*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2014. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, dkk. 2021. Pengaruh Keamanan, Kualitas Informasi, *Word of Mouth Electronic* dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Kepercayaan Merek Online. *Jurnal manajemen dan Bisnis*, 1 (1), 16-25.
- Tengku, P. L., dan Riny, C. 2021. The Effect of Ewom, Digital Marketing, Customer Satisfaction on Customer Loyalty (Shopee Customer Survey in Pangkalan Brandan). *Jurnal Manajemen Motivasi* 17 , 36-45.
- _____. 2021. *Modul Ekonometrika*. Kudus: Prodi Manajemen FEB UMK.
- _____. 2021. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Kudus: Prodi Manajemen FEB UMK.