

DAFTAR PUSTAKA

- Author's Guide*, Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muria Kudus.
- Abubakar Rusydi. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Aisyah, N., & Seat, C. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Haidee Rental Malang)*. 5, 158–174.
- Albushairi, S. A., Huda, N. & Rifani, A. (2020). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Ali Hasan. (2019). *Marketing*. Media Utama.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Arsyan, M. F., & Mahfudz. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Shopeepay Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–12.
- Author's Guide. (n.d.). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muria Kudus.
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan di Jakarta. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Bunga Pertiwi, A., Ali, H., & Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 537–553. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.63>
- databoks.katadata.co.id*. (2023). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/tren-e-commerce-2023-kunjungan-ke-shopee-dan-blibli-meningkat>
- Detika Yossy Pramesti, Sri Widyastuti, & Dian Riskarini. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 1(1), 27–39. <https://doi.org/10.35814/jimp.v1i1.2065>
- Fajar, F., Pujilestari, S., Manap, A., Sani, I., Sudirman, A., & Noviany, H. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi)*. (In Fachrurazi

(Ed.) (Ed.); Correspond). Eureka Media Aksara.

Fajrul Husna Panata Gama, A. R. U. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3(April), 202–212.

Felix. (2017). Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda. *Business & Financial Affairs*, 2.

Firdaus, M. Z., Muttaqien, F., Robustin, T. P., & Pelanggan, L. (2020). *Pengaruh Dimensi Marketing Mix terhadap Loyalitas Pelanggan pada Home Industry Saus Ryan Jaya di Kabupaten Lumajang*. 118–122.

Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Qiara Media.

Firmansyah, D. M. A. (2021). *Perilaku Kounsumen(Perilaku Konsumen)*. Cv Budi Utama.

Gajewska, T., Zimon, D., Kaczor, G., & Madzík, P. (2020). The impact of the level of customer satisfaction on the quality of e-commerce services. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(4), 666–684. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2019-0018>

Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 1 (1). Yoga Pratama.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP. Undip.

Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2021). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Universitas Diponegoro.

Griffin. (2018). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetian Pelanggan* (Erlangga (Ed.)).

Gronroos, C. (2016). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. (Jhon Wiley).

Hidayah, N. R., & Nugraha, A. (2024). “ *Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Electronic City Cabang Pamulang* .” 01(03), 2–10.

Ilieva, G., Yankova, T., Klisarova, S., & Dzhabarova, Y. (2022). Customer Satisfaction in e-Commerce during the COVID-19 Pandemic. *Systems*, 10(6). <https://doi.org/10.3390/systems10060213>

- Johar, A. (2020). *Pengaruh Pemasaran Relasional Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Tokopedia Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau Tahun Akademik 2017-2018*. X(4), 776–788.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). *Kepercayaan Merek dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek*. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 394–411.
- Kholik, Abdul, Maulida, Sri, Suganda, A. . (2020). *Perilaku Konsumen Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar*. Widina Bhaki Persada Bandung.
- Kompas.com. (2023a). *Buruknya Pelayanan Customer Service Shopee*. <https://inside.kompas.com/surat-pembaca/read/60722/Buruknya-Pelayanan-Customer-Service-Shopee>
- Kompas.com. (2023b). *Pengunjung E-commerce Menyusut, gara-gara Konsumen Tahan Belanja atau Efek Inflasi?* <https://money.kompas.com/read/2023/03/31/070000126/pengunjung-e-commerce-menyusut-gara-gara-konsumen-tahan-belanja-atau-efek?page=all>
- Kotler, p., & Amstrong, . (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P. & G. A. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kristanto, Y. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A-Karsan Bandung)*. 19, 13–22.
- Maryono, S. I. P., & Indrawati, L. (2022). Pengaruh Keamanan, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Lazada. *Jurnal Manajemen*, 1(2), 129–142.
- Mointi, R., & Sauw, O. (2023). Promosi Cashback, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Pelayanan E-Commerce (Studi Kasus Pelanggan Tokopedia). *YUME: Journal of Management*, 6(1), 251. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3547>
- Mumtaza, F. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Urbans Travel. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi)*, 7(2), 1645–1661.
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty.

- Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395–405.
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.395>
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2020). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90.
<https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.006>
- Pangesti, E. N., Resmi, S., & Utami, A. M. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Gunungkidul*. 5(1), 17–26.
- Playstore. (2023). *Shopee*.
<https://play.google.com/store/search?q=shopee&c=apps&hl=id&gl=US>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283.
<https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1), 70–90.
<https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Republika. (2023). *Ternyata, Tingkat Loyalitas Pengguna E-Commerce Cenderung Rendah*. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/r7fqbc1217000/ternyata-tingkat-loyalitas-pengguna-e-commerce-cenderung-rendah>
- Rifai, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Rondonuwu, P. D. (2014). *Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal EMBA.
- Samara, A., & Metta, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jura : Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260.
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Volume 10*(5), 1–17.

- Sari, D. P., & Soliha, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *Proceeding SENDIU Journal*, 2013, 341–348.
- Shela, V. & W. R. (2024). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Repurchase Konsumen Milenial Di Shopee*. 5(9).
- Similiarweb. (2023). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023)*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p16>
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Cv Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suhartini & S. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pt. Asuransi Ramayana Serang. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, 1(1), 14–22.
- Sukmanawati, S., & Purwati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab. *Jurnal Manajemen Almatama*, 1(1), 61–84. <https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220>
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Top Brand Award. (2023). https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=540&tahun_awal=2020&tahun_akhir=2024&brand1=Blibli.com&brand2=Bukalapak.com&brand3=Lazada.co.id&brand4=Shopee.co.id&brand5=Tokopedia.com
- Tzavlopoulos, I., Gotzamani, K., Andronikidis, A., & Vassiliadis, C. (2020). Determining the impact of e-commerce quality on customers' perceived risk, satisfaction, value and loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 11(4), 576–587. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-03-2019-0047>
- Umami, R., & Widodo, U. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stie Pelita Nusantara Semarang). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan*

Akuntansi, 363–370.

Vanessa Gaffar. (2016). *Manajemen Bisnis*. Alfabeta.

Violin, V., Mahfudnurnajamuddin, & Sufri, M. (2020). Pengaruh Konsep Low-Cost Carrier dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Lion Airlines di Indonesia. *Journal of Management Science (JMAS)*, 1(3), 26–36.

Wahyono, A., & Ardiansyah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 21–33. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.159>

Yamin. (2021). *Tutorial statistik SPSS,LISREL,WARPPLS,JASP (mudah & aplikatif)*. Dewangga Energi Internasional.

Yulia Larasati Putri. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa) Oleh*. 10(19), 70–90.

Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–172. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i2.244>