

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, Wisnu Rayhan, and Aryza Fauziah. 2023. Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *MAKREJU:Manajemen Kreatif Jurnal* 1(1):178–89. doi: <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i1.1031>.
- Ahmudin, Ahmudin, and Dwi Wahyu Pril Ranto. 2023. Pengaruh Harga, Word of Mouth Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel Di Yogyakarta. *Jurnal E-Bis* 7(1):158–68. doi: 10.37339/e-bis.v7i1.1112.
- Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning Dan Staregy)*. edited by Qiara Media. CV.Penerbit Qiara Media.
- 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.
- Apriliani, R. Aj. EP. 2019. Pengaruh Brand Trust, Brand Equity Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 6(2):112–21. doi: 10.32699/ppkm.v6i2.687.
- Arianty, Nel, and Ari Andira. 2021. Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4(1):39–50. doi: 10.30596/maneggio.v4i1.6766.
- Artanti, Leni, Nurhidayah, and Sulton Sholehuddin. 2023. Dimensi Keterkaitan Influencer Marketing, EWOM (Electronic Word Of Mouth), Dan Online Customer Rating Pada Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen* 13(01):598–606.
- Azhari, Nur Farhin Binti, Abdul Rahman bin S. Senathirajah, and Rasheedul Haque. 2023. The Role of Customer Satisfaction, Trust, Word of Mouth, and Service Quality in Enhancing Customers' Loyalty toward e-Commerce. *Transnational Marketing Journal* 11(1):31–43. doi: 10.58262/tmj.v11i1.1003.
- Azhari, Rafi Dimas, and Mohammad Frisky Fachry. 2020. Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall, Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 2(1):37–44.
- Azmi, Muhammad Ali, Sulhaini, and Dwi Putra Buana Sakti. 2023. The Influence

- Of Privacy, Security, And Trust On Costumer Loyalty Lazada Applications In Lombok Island. *International Conference On Economics , Business and Information Technology* 4:247–55. doi: 10.31967/prmandala.v4i0.754.
- Baha, Mohamad Abdi, and Popy Novita Pasaribu. 2023. Tipe Konsumen Marketplace Blibli.Com Menurut Teori Hausel. *Jurnal Visionida* 9(2):139–53. doi: 10.30997/jvs.v9i2.9472.
- Cesariana, Carmelia, Fadlan Juliansyah, and Rohani Fitriyani. 2022. Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3(1):211–24. doi: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>.
- DAM, Sao Mai, and Tri Cuong DAM. 2021. Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8(3):585–93. doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585.
- Eli Achmad Mahiri. 2020. Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 11(3):227–38. doi: 10.32670/coopetition.v11i3.154.
- Fandy, Tjiptono, and Anastasia Diana. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Franky, and Winda Evyanto. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pembeli Di Aplikasi JD.ID Pada Masyarakat Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL (Jurnal Ilmiah Mahasiswa)* 5(2).
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Edisi 7. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, Arry Dwi, and Ronny Ronny. 2021. Pengaruh Faktor Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Dalam Menggunakan Mobile Banking. *Image : Jurnal Riset Manajemen* 9(2):79–91. doi: 10.17509/image.v9i2.28598.
- Harahap, Aisyah Romauli, and Tamara Andriani Salim. 2023. Sistem Kriptografi

- Pada Pengamanan Autentikasi Dokumen Elektronik: Systematic Literature Review. *Khazanah: Jurnal Pengembangan Kearsipan* 16(2):203–20. doi: 10.22146/khazanah.81893.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. Surabaya: Unitomo Press.
- Ismagilova, Elvira, Yogest K. Dwivedi, Emma Slade, and Michael D. Williams. 2017. *Electronic Word Of Mouth (EWOM) in the Marketing Context*. Switzerland: Springer Briefs in Business.
- Jill Griffin. 2015. *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta. Indonesia: Erlangga.
- Juhria, Aminatu, Nurtika Meinitasari, Fadel Iqbal Fauzi, and Abdul Yusuf. 2021. Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen* 13(1):55–62.
- Kasmita, Maya, Syah Abadi Mendrofa, Khairiah Elwardah, and Deny Gunawan Susandi. 2024. Customer Loyalty Gaya Hidup Sehat Sebagai Moderasi Pengaruh Label Halal , Food Quality Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. 5(2):4240–46. doi: <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4670>.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kurniasih, Aas, and Farida Yuliaty. 2022. Pemasaran Digital Dan Citra Merek Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pada Pelanggan Produk Fashion. *Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen* 1(1):1. doi: 10.32897/jiim.2022.1.1.1640.
- Kurniawan, Agung Widhi, and Zarah Puspitaningtyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Kurniawan, Kevin Jonathan, Reynaldo Wahyudi, and Catharina Aprilia Hellyani. 2023. Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi* 1(3):231–42. doi: <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.271>.
- Lubis, Melsi Diana, and David Humala Sitorus. 2023. Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis* 5(2):209–18. doi: 10.30812/target.v5i2.3021.
- Manihuruk, Bela Kristy. 2023. Analisis Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada PT

- Shopee Indonesia. *Journal Business and Management* 1(1):11–23. doi: <https://doi.org/10.51622/jbm.v1i1.614>.
- Maulana, Nugraha, Iin Juliana Saftari, and Reminta Lumban Batu. 2021. Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Oleh Brand Trust Pada Bukalapak. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* 5(3):2327–41. doi: <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1668>.
- Mohammad, Alfhatheh. 2021. Pemanfaatan Instant Messenger Telegram Sebagai Alat Penyebaran Paham Radikal Di Indonesia. *Jurnal Studi Islam* 18(1):73–83. doi: [10.19109/medinate.v17i1.6665](https://doi.org/10.19109/medinate.v17i1.6665).
- Muniarty, Puji, Wulandari, and Della Saputri. 2022. Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Pada Marketplace Shopee. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 11(2):1–6. doi: [10.35906/equili.v11i2.1097](https://doi.org/10.35906/equili.v11i2.1097).
- Naully, Chelsea, and Saryadi. 2021. Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada J.Co Donuts & Coffee Java Supermall Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10(2):974–83. doi: [10.14710/jiab.2021.28800](https://doi.org/10.14710/jiab.2021.28800).
- Nawastuti, Nawang, and Irmawati. 2023. Pengaruh Influencer Dan E-WOM Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan TikTok Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5(4):1415–21. doi: [10.37034/infeb.v5i4.735](https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.735).
- Ngatno. 2018. *Manajemen Pemasaran*. 1st ed. Semarang: EF Press Digimedia.
- Nisa, Fika Durrotun, Nurul Rizka Arumsari, and Rhealin Hening Karatri. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Bkk Cabang Dawe. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis* 4(1):43–59. doi: [10.24176/jsmb.v4i1.12248](https://doi.org/10.24176/jsmb.v4i1.12248).
- Nurkhomaria, Dewi, Siti Chamidah, and Dwi Warni Wahyuningsih. 2022. Pengaruh E-Trust, E-Service Quality, Dan E-Satisfaction Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Shopee. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management* 2(3):620–32. doi: [10.53363/buss.v2i3.85](https://doi.org/10.53363/buss.v2i3.85).
- Nursukma, Hasan, Umi Farida, and Wahna Widhianingrum. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Data, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Resiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Pengguna Tokopedia Di Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 5(2):214. doi: [10.24269/iso.v5i2.795](https://doi.org/10.24269/iso.v5i2.795).
- Nyonyie, Riska Asnawi, J. A. F. Kalangi, and Lucky F. Tamengkel. 2019. Pengaruh

- Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 9(3):18–24. doi: <https://doi.org/10.35797/jab.v9.i3.18-24>.
- Onsardi, and Untung Devomila Putri. 2021. Dampak Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Konsumen Belanja Online Di Lazada. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis* 2(2):156–63.
- Pohan, Fanny Suzuda, and Zida Fajar Aulia. 2019. Kualitas Situs Web, Kepercayaan, Dan Loyalitas Konsumen Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 2(1):13–22. doi: [10.36407/jmsab.v2i1.43](https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i1.43).
- Prayitno, Muhamad Lutfi, Agung Kresnamurti Rivai P, and Rahmi. 2023. Pengaruh E-Service Quality Dan Trust Terhadap Customer Loyalty Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction : Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Kesehatan. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance* 3(1):88–108. doi: <https://doi.org/10.53067/ijebeef>.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Putri, Intan Kirana, Ninik Srijani, and Yahya Reka Wirawan. 2023. Pengaruh Brand Image Dan E-Wom Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Tiktok Shop Mahasiswa. *Gulawentah: Jurnal Studi Sosial* 8(1):110–17. doi: [10.25273/gulawentah.v8i1.17376](https://doi.org/10.25273/gulawentah.v8i1.17376).
- Putri, Silvia, Fani Anisa, and Rayhan Gunaningrat. 2024. Pengaruh Citra Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Indomie Di Kartasura. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen* 2(1):39–51. doi: <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i1.757>.
- Rachmanu, Edvian Ditya. 2023. Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Indonesia* 14(02):34–43. doi: <https://doi.org/10.33005/jbi.v14i2.4199>.
- Riyanto, Indar, Febby Febriana, and Teguh Kurniyanto. 2023. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Klinik Kusuma Beauty. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 2(2):17–29. doi: [10.37641/jimkes.v3i2.824](https://doi.org/10.37641/jimkes.v3i2.824).
- Sari, Anak Agung Ratih Permata, and Ni Nyoman Kerti Yasa. 2020. *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.Com*. Pertama. Klaten: Lakeisha.
- Schiffman, Leon, and Leslie Lazar Kanuk. 2014. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.

- Seo, Eun Ju, Jin Woo Park, and Yu Jin Choi. 2020. The Effect of Social Media Usage Characteristics on E-WOM, Trust, and Brand Equity: Focusing on Users of Airline Social Media. *Sustainability* 12(4):1–18. doi: 10.3390/su12041691.
- Setiawan, Fuad Alfaridzi, and Heida Ifkari Safitri. 2024. Pengaruh Content Marketing Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Lokal Kecantikan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif* 2(1):187–204. doi: 10.59024/jumek.v2i1.293.
- Setyono, Vicky Indarto, Yusuf Darmawan, Muhammad David, Hadad Alwi, and Putri Nur Afifah. 2022. Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 2(1):96–103. doi: 10.55606/jebaku.v2i1.1467.
- Silalahi, Purnama Ramadani, Aisy Salwa Daulay, Tanta Sudiro Siregar, and Aldy Ridwan. 2022. Analisis Keamanan Transaksi E-Commerce Dalam Mencegah Penipuan Online. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1(4):224–35. doi: <https://doi.org/10.58192/profit.v1i4.481>.
- Stefanny, Irene Putri Maryono, and Lilik Indrawati. 2022. Pengaruh Kemananan ,Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Lazada. *K&K Jurnal Manajemen* 1(2):129–42. doi: <https://doi.org/10.32524/kkjm.v1i2%20Juni.741>.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratno. 2014. *Metode Penelitian : Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sukendi, Jacinda, Nanang Harianto, Susi Wansaga, and Willy Gunadi. 2021. The Impact of E-Service Quality On Customer Engagement, Customer Experience and Customer Loyalty in B2c E-Commerce. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)* 12(3):3170–84. doi: 10.17762/turcomat.v12i3.1556.
- Suryadharma, and Triyani Budyastuti. 2019. *Sistem Informasi Manajemen*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Syabani, Mochamad Aldi. 2022. Pengaruh Electronic Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Traveloka). *JEMBATAN - Jurnal Ilmiah Manajemen*

Bisnis Dan Terapan 4(1):54–66.

- Syahrial, Lily Dianafitry Hasan, Muhammad Musawantoro, and Faisal Akbar Zainal. 2020. Effect of Online Marketing (E-Commerce) Activities to the Advantages of Competing Traditional Culinary Products in South Sulawesi. *Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Busines Event* 2(1):66–72. doi: <https://doi.org/10.33649/pusaka.v2i1.47>.
- Syahroni, Muhammad Irfan. 2023. Analisis Data Kuantitatif. *Jurnal Al Musthafa* 3(3):1–13. doi: 10.62552/ejam.v3i3.64.
- Tannus, Jessica, and Fransisca Andreani. 2022. Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Toko Online Frenue.Id Di Shopee. *Agora* 10(2).
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. 1st ed. Andi.
- Veryani, Farida, and Sonja Andarini. 2022. Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 12(2):125–31.
- Wardhana, Aditya. 2024a. *E-Commerce In The Digital Edge*. Pertama. edited by P. . Mahir Pradana. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Wardhana, Aditya. 2024b. *Service Quality & E-Service Quality In The Digital Edge*. Pertama. edited by P. . Mahir Pradana. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Warsito, Chandra. 2021. *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami*. edited by R. Hadi and W. Budiantoro. Purwokerto: Saifuddin Zuhri.
- Yuwanti, Destiyana, Erna Sofriana Imaningsih, Wahyu Wibowo, and Imam Yuwono. 2023. Green Product Quality, Green Brand Image, E-Wom Terhadap Green Customer Loyalty Trust Strategi Marketing. *Jurnal Impresi Indonesia* 2(9):871–83. doi: 10.58344/jii.v2i9.3545.
- Zarkasyi, Naufal Afi, Retno Indah Supeni, and Seno Sumowo. 2023. Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek (Go-Food). *Journal of Economics, Assets, and Evaluation* 1(1):1–10. doi: 10.47134/jeae.v1i1.25.