

DAFTAR PUSTAKA

- (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.
- Aaron Sebastian & Rudi Pramono. (2021). Pengaruh Perceived Value, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Nike di Shopee. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 698-711.
- Aisy, G. R., & Windiarti, S. (2022). Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *Sosio E-Kons*, 14(2), 144. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i2.12071>
- Akmala, Z., & Ridwan, A. A. (2022). Pengaruh Nilai Yang Dirasakan Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Fashion Muslim E-Commerce Shopee dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 199.
- Ariyani, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan, Perceived Value, Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Pengguna Shopee Food di Kota Yogyakarta*.
- 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 Multidisiplin*, 1(2), 537–553. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.63>
- Candra, S. A., & Hidayat, A. (2022). Pengaruh Perceived Value terhadap E-WOM Engagement dengan Sikap dan Kepuasan Konsumen sebagai Mediator. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(02), 250–260.
- Daffa Wibisono, A., Cahyadi, L., & Penulis, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER)*, 1(2), 12–28. <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v1i2.73>
- Davis, G. B. (2016). Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen. In *Maxikom*. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v2i3.1494>
- Dedek Kurniawan Gultom, Muhammad Arif, & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Nilai Yang dirasakan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan pada Lazada Di Universitas Airlangga. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180
- Doddy Adrisal Putra, & Diana Triwardhani. (2023). Pengaruh Kepercayaan,

Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Kota Solok. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(2), 78–93.

Fatihudin, & Firmansyah. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan). In *Deepublish*. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>

Ferdinand, P. A. D. (2014). Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen (Edisi 5). In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v3i3.1060>

Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Universitas Diponegoro, Semarang.

Harahap, B. I., Nazer, M., & Andrianus, F. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dalam Belanja Online di Kota Solok. *Technology Acceptance Model (TAM)*, 11(1), 1–9.

Indah Yani, M., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443–472. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>

Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan Penulis (1st ed., p. 103). In *Unitomo Press*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). In *Pearson Education, Inc. New Jersey*. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v6i2.821>

Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Dasar-Dasar Pemasaran (Jilid 1 (ed.); Edisi 9). In *Erlangga*. <https://doi.org/10.3390/su13147877>

Kotler, P., & Keller, K. (2019). Manajemen Pemasaran (Jilid 2 (ed.); Edisi 13). In *Erlangga*. <https://doi.org/10.22373/share.v11i1.10566>

Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Pearson* (Vol. 53, Issue 9).

Lovitasari, C. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(3), 669–676. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/2757>

Malau. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. In *Penerbit Alfabeta: Bandung*.

Manihuruk, B. K. (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.
https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/business_management
- Manus, B., Soegoto, A. S., & Rogi, M. H. (2023). Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kepercayaan, Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Bitung. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 748–757.
<https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52062>
- Priansa, D. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. CV. *Pustaka Setia*.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Manajemen. In *Alfabeta. Bandung*.
<https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Rahma, A. W., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 3(1), 10–17.
- Rahmawati. (2016). Manajemen Pemasaran. In *Mulawarman University Press*.
<https://doi.org/10.33019/society.v10i2.463>
- Ramadhanie Putrie, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Transaksi Pembelian Online Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(8), 1–14.
- Ramlah, S., Fatkhurrohman, T., Barokah, S., Pratama, W. C. T., & Anggoro, W. B. (2023). Pengaruh E-Servicescape Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dan Perceived Value Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Shopee di Jawa Tengah). *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Nusantara*, 2(1), 36–42.
<https://doi.org/10.55338/jeama.v2i1.56>
- Reyvaldo, M., Fadhilah, M., & Cahya, A. D. (2023). Pengaruh Kualitas Website, Nilai Yang Dirasakan Pelanggan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Shopee. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 3(10), 1054–1065.
- Rizka Safitri, Jasman J Makruf, & Sorayanti Utami, (2024). The Influence of Perceived Risk and Perceived Value on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as A Mediator for E-Commerce Users in Banda Aceh City. *International Journal of Scientific and Management Research*, 07(11), 88–100
- Sakti, D. B., Widiartanto, & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Pada E-Commerce Shopee (Studi pada Konsumen Generasi Z di Universitas Diponegoro, Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 276–283.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

- Sangaji, E. M., & Sopiah. (2017). Perilaku Konsumen. In *Andi Offset, Yogyakarta*.
- Satria, D., & Khasanah, I. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perceived Value Dalam Membentuk Loyalitas Pada Pelanggan E-Commerce Bukalapak Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Setyawan, D. A. (2021). Hipotesis Dan Variabel Penelitian. In *Tahta Media Group*.
- Surahman, Z. S., & Sunarya, E. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen Memediasi Kepercayaan Online Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Survei E-Commerce Bukalapak). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 5(September), 188–194.
- Suryani, S., & Koranti, K. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 183–198. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5189>
- Suteja, M. I. M., Dwiki, A. I. M., Mardiana, W. P., & Irianto, S. Y. (2023). Pengaruh kepercayaan, nilai pelanggan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di shopee (studi pada pengguna shopee di bandar lampung). *Magister Manajemen Teknologi, FEB Institut Informatika & Bisnis Darmajaya Kota Bandar Lampung, Indonesia*, 230.
- Taris, H. S., & Purwanto, S. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Shopee di Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 449. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.427>
- Tjiptono. (2015). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Harga dan Kualitas Produk: Literature Review. *KarismaPro*. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v13i2.1050>
- Tjiptono, F. (2018). Service, Quality & Satisfaction (Edisi 3). In *Penerbit Andi*.
- Wihalauw, R. O., Purbawati, D., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh Experiential Marketing Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap E-Loyalty Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Fitur Beautycam Shopee Merek Revlon di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 855–864. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Winarko, T., Parapak, E. R., Virananda, S. A., Yulianti, R., & Istijanto. (2022). The Effect of Perceived Value and Marketing 4.0 on Customer Satisfaction and Purchase Intention in an E-commerce Context. *International Journal of*

Electronic Commerce Studies, 13(3), 68–98.
<https://doi.org/10.7903/ijecs.2121>

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing Sixth Edition*. In *America: The McGraw-Hill Learning Solution*.
<http://www.jurnal-umbuton.ac.id/index.php/value/article/view/2739%0Ahttps://www.jurnal-umbuton.ac.id/index.php/value/article/download/2739/1543>

