

DAFTAR PUSTAKA

- Aryantiningrum, Salsabila Wulandari, Athiyyah Isna Insyirah (2020), Pengaruh Pemberian Price Discount terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Online Marketplace, *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 8 Nomor 3. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. 2006. *Operations Management for Competitive Advantage*. 11th Ed. New York: Mcgraw Hill
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planing & Strategy)*. Pasuruhan: Qiara Media
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Greenwood, Lea (2012), *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Griffin, Jill. (2005), *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hair et al., 2010. *Multivariate Data Analysis (New International Edition)*. New Jersey: Pearson.
- Henggara, Andreano, Anak Agung, Ni Putu Nita (2020), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Diskon, Customer Relationship Management, Terhadap Loyalitas Konsumen Pada P.T. Ramayana Lestari TBK. Denpasar, *Jurnal EMAS* Vol. 1 No. 1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Ibrahim, Ali, Felia Sonya, Jose, Lulu S, Nadya, Siti Nur (2021), Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi MyTelkomsel, *Building of Informatics, Technology and Science*. BITS 3 (3)

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kuncoro, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Penerbit: Erlangga, Jakarta
- Maulida, Chairunisa Nurul, Arina Dieni Kamila (2021), Pengaruh K-pop, *Brand Ambassador* terhadap Loyalitas Konsumen, *E-Journal Kinesik* Volume 8, Nomor 2
- Parasuraman et al. (2005), Electronic Service Quality, *Journal of Service Research*
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sutisna (2012), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, edisi kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syafarina, Dwi (2021), Pengaruh *Brand Ambassador* dan Iklan Media Sosial terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Lazada di Masa Covid19, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi
- Werner, Ria, Eva Reski (2022), Pengaruh *E-Service Quality*, Kesadaran Merek, Kepercayaan, Word of Mouth, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Tiktok, *Jurnal Ilmiah Bisnis Ddn Ekonomi Asia* 16 (2)
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- <https://ramadan.tempo.co/read/1706548/survei-ipsos-76-persen-penjual-memilih-shopee-sebagai-marketplace-paling-sering-digunakan-selama-ramadan>

<https://www.google.com/amp/s/www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain/amp>

<https://www.merdeka.com/uang/social-commerce-terus-tumbuh-di-indonesia-butuh-aturan-resmi.html>

<https://www.google.com/amp/s/www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain/amp>