

DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, L. N., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee di Masa Pandemi. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(2), 575-593.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan Ketujuh. Bandung: Alfabeta
- Akbar, M.M., & Parvez, N. (2009). Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *ABAC Journal*, 29(1), 24-38
- Ariyani, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan, Perceived Value, dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Pengguna Shopee Food Di Kota Yogyakarta. Skripsi, Universitas Islam Indonesia.
- Azizah, S. N., & Indra, N. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Shopee. *Master Manajemen*, 2(3), 35-46.
- DataIndonesia.id. (2024, 13 Agustus). *Kumpulan Data Seputar Perkembangan E-Commerce di Indonesia pada 2023 dan 2024* [Laporan PDF]. Diakses dari https://assets.dataindonesia.id/2024/08/13/1723540446361-36-PPT-Report_Kumpulan-Data-Seputar-E-Commerce-di-Indonesia.pdf
- Emasno, & Wijayanti, N. S. (2023). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan locus of control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Studi pada

mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana).
Universitas Kristen Satya Wacana.

Farisi, J., Subaidah, I., & Minullah. (2024). Pengaruh Kepercayaan (Trust), Belanja Online dan Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak Pada Loyalitas Pengguna Platform E-Commerce Shopee Pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*.

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate* (9th ed). Semarang: Universitas Diponegoro.

Gustafsson, A., Johnson, M. D., & Roos, I. (2005). The effects of customer satisfaction, relationship commitment dimensions, and triggers on customer retention. *Journal of Marketing*.

Hair, J. F., Black, Jr, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Pearson New International Edition.

Jeremiah, A., & Tarigan, A. (2023). The influence of promotion, gamification, and user-friendliness on customer loyalty in the Shopee application. *Jurnal Digismantech*, 3(1), 48–65.

Kusumawardhani, T., Sarpangga, F., Sjoraida, D. F., Hamka, & Sunardi. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(6), 2598-2605.

- Kotler & Keller. (2017). *Marketing Manajemen* (15th ed.). Harlow, ex person education limited.
- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah. (2018). Effect of product quality, price, and promotion to purchase decision. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion (IJoASER)*, 1(1), 9–21
- Manihuruk, B. K. (2023). Analisis Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada PT Shopee Indonesia. *Jurnal Business and Management*, 1(1), 11-23.
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Ikhsan, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 101-112.
- Masriati Indah Yani, Sugiyanto. (2022). Effect of Service Quality, Trust, Brand Image and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Edwin Jeans Indonesia on E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal*, Volume 1 No. 3.
- Morgan, R.M. dan Hunt, S.D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58, 20-38.
- Oliver, Richard L., 1999, “Whence Consumer Loyalty”, *Journal of Marketing*., Volume 63 Special Issue, pp. 33-44.
- Parasuraman, A. (2000). Superior customer service and marketing excellence: Two sides of the same success coin. *Perspectives*, 25(3), 1-16.

- 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*, 3(1), Juli. E-ISSN: 2723-424X.
- Sari, A. D., & Lestianingsih, D. (2021). Pengaruh promosi dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan aplikasi Shopee (Studi pada mahasiswa STIESIA Surabaya). STIESIA Surabaya.
- Suyono, S., Suhardjo, S., Sevendy, T., Sari, Y., & Wiliani, N. (2023). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Customer Loyalty to Shopee in Pekanbaru City. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(4), 435-447.
- Srisusilawati, P. et al. (2023). *Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada. ISBN 978-623-459-520-8.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (edisi kedua). Bandung: Alfabeta
- Suyono, Suhardjo, Sevendy, T., Sari, Y., & Wiliani, N. (2023). The effect of service quality and price on customer satisfaction and customer loyalty to Shopee in Pekanbaru City. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(4), 435–447.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (edisi 3). Yogyakarta: Andi

- Wibawa, T., & Wijaya, S. (2024). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee. *Reviu Akuntansi, Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 95-105
- Wong, K.-L., Ong, S.-F., & Kuek, T.-Y. (2012). Constructing a survey questionnaire to collect data on service quality of business academics. *European Journal of Social Sciences*, 29(2), 209–221.
- Zahara, R (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31-38.