

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, D. A., & Suprpti, N. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Adzhani, N. K. (2021). Pengaruh Customer Experience terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Respository Institut Pertanian Bogor*.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anjarwan, S. (2018). Pengaruh kelengkapan Produk , Persepsi Harga , dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toserba MD Baru 1 Pleret Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*.
- Annur, C. M. (2022). *Ini Situs E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Agustus 2022*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>
- Auliazmi, R. (2021). Kajian Estetika Visual Interface dan User Experience pada Aplikasi Ruangguru. *Jurnal Seni & Reka Rancang*, 24.
- Azmiatun, S., & Haryanti, I. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Banana Pop Kota Bima. *Jurnal Manajemen Dewantara*.
- Baruna, H. B., Shilvana, H., & Hapzi, A. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central. *Saudi Journal of Business and Management Studies*.
- Binus University Business School. (2020). *E-Commerce*. Retrieved from <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/04/e-commerce/>
- BOI Research. (2022). *Survei: Shopee Jadi E-commerce Paling Diminati di Indonesia*. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5049331/survei-shopee-jadi-e-commerce-paling-diminati-di-indonesia>
- Cerejo, L. (2012). The Elements of The Mobile User Experience.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. Management Information Systems

Research Center, University of Minnesota is collaborating with JSTOR to digitize, preserve and extend access to MIS Quarterly.

Dianka, A. A. (2021). *Performa e-Commerce.Shopee,Si Paling Laris Tahun Ini*. Retrieved from Trenasia.com: <https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-shopee-si-paling-laris-tahun-ini>

Dora, L. D. (2022). Pengaruh Harga , Kualitas Pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen liberty mart watulimo trenggalek . *Respository IAIN Tulungagung*.

Fachrezi, A. A., & Satya Devi, D. P. (2021). Mengoptimalkan Instagram Ads Sebagai Sarana Media Informasi. *ISI Denpasar*, 2.

Fadilah, S. R. (2022). User Experience Impact Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Generasi Milenial Pada Aplikasi Streaming Netflix. *Respository Feb Unpak*.

Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience*. California: New Rider.

Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadiwijaya, T., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hours Coffee and More Jakarta. *Jurnal Unwira*.

Harefa, A. R. (2022). Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Perempuan di Desa Iraonogeba Kota Gunungsitoli. *Sriwijaya University Respository*, 4.

Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi , Kualitas Produk , Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi , Manajemen , Bisnis , dan Akuntansi*.

Hendra Jonathan Sibarani, N. L. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Competitive Advantage terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sejahtera Motor Gemilang Medan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 326-334.

Henim, S. R., & Sari, R. P. (2020). Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi menggunakan User Experience Questionnaire. *Jurnal Komputer Terapan*.

Hutabarat, M. (2014). Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Jejaring Sosial Path Di Kota Bandung Pada Tahun 2014. *Telkom University Publications*.

- Juniantara, I. A., & Sukawati, T. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga , Promosi , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Jusuf. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Andi.
- Katadata. (2019). *Shopee Kuasai Pasar Perempuan*. Retrieved from <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/berita/5e9a4e55a5ef3/shopee-kuasai-pasar-perempuan>
- Khan, S., Hussain, S., & Yaqoob, F. (2012). Determinants of Customer Satisfaction in Fast Food Industry. *International Journal of Management and Strategy Vol.3*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principle of Marketing 18e*. New York: Pearson Education.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga , Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *e-Jurnal Umaha*.
- Marlina, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Promosi , Kepercayaan Merek , dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi pada Pengggyna Motor Honda Vario di Kecamatan Muara Bulian). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*.
- Monroe. (2003). *Pricing : Making Profitable Decisions*. McGraw-Hill/Irwin.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio.
- Muiszudin, O. S. (n.d.). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Di PT.Arwana Internusa Tour Pontianak. *Jurnal Manajemen Motivasi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 2017.
- Nurfiah. (2019). Analisis Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Platform Perdagangan Elektronik Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Teknik Informatika*.
- Oktaviani, S., & Hermawan, E. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica. *EMABI: Ekonomi dan Manajemen Bisnis*.
- Pertiwi, E. L. (2017). Pengaruh Kualitas produk , Kelengkapan Produk , dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Roti "Yulia Bakery" Kota Kediri. *Simki-Economic*.
- Putlely, Z., Lesnussa, Y., Wattimena, A., & Matdoan, M. (2021). Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga,

dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistics*.

Raharjani, J. (2005). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputaran Simpang Lima Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*.

Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*.

Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi & Syariah Vol.5*.

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif, Edisi Pertama*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rezaldy, I., & Trianasari, N. (2019). Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Iflix. *Telkom University Publications*.

Ronaldo, E. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Cat Jotun Pada PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa. *Respository Buddhidharma*.

Savitri, I., & Wardana, I. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud*.

Simanjuntak, D. Y., Salimi, V., Louis, V., & Johanes, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja pada PT Suminsuryamesindolestari. *E-Jurnal Manajemen*.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Edisi Kedua*. Bandung: Alfabeta.

Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.

Susanti, N., Susanti, P., & Saputra, G. (2021). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Badung. *Jurnal Widya Amrita*.

Tjahjaningsih, E. (2013). Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada

Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang). *Media Ekonomi dan Manajemen*.

Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tri, S. F. (2020). Analisis pengaruh citra merek , persepsi harga , kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan H&M. *E-Journal Umaha*.

Venkatesh, V., & Davis, F. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*.

Yunita, V. (2017). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Toserba Yogya di Kota Pamanukan). *Respository Widyatama*.

