

## DAFTAR PUSTAKA

- Andi Dwi Riyanto. (2021). *Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia*.
- Angeliani, Y. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bri Cabang Banda Aceh. *Skripsi*, 21(9), 11–31.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Asmuji. (2012). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Elex Media).
- Assauri, S. (1996). *Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*.
- Baan, M. R. (2020). *Indonesia Peringkat 4 Pengguna Internet Asia*. STEI ITB.
- Bank, W. (2021). *Harnessing Digital Technologies for Inclusion in Indonesia 2021*.
- Brandan, D. I. P. (2021). *PENGARUH KEPERCAYAAN , ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA SHOPEE*. 1(November), 19–26.
- Charless W. Lamb, Joe F. Hair, C. M. (2009). *Charless W. Lamb, Joe F. Hair, Carl McDaniel. The Essential of Marketing. Canada : Nelson Edition, Ltd. 2009*.
- Davis, G. dan. (2019). *Kualitas Pelayanan*.
- Dewi, K. A. N. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Study pada Pelanggan Dunkin'Donuts di Surabaya dan Sidoarjo). *Bisnis Dan Manajemen*, 9.
- Djajanto, Ludfi, Umar Nimran, Kertahadi, dan S. K. (2014). The Effect of Self-Service Technology, Service Quality, and Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty. *Business and Management.*, 16(1), 39–50.
- Effendi, S. dan. (1995). *Metode Penelitian Survey*. PT Pustaka LP3ES.

- Fandy Tjiptono. (2009). Strategi Pemasaran. In *Fandy Tjiptono 2009, Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh, Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta.*
- Fandy Tjiptono, P. D. dan dan G. C. (2016). *Service Quality and Satisfaction.*
- Farida, N. (2014). ANALISIS MODEL KEPUASAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG. *Dinamika Manajemen, 5.*
- Feick, L. &. (2001). The Impact of Switching Costs on The Customer Satisfaction-Loyalty Link: Mobile Phone Service in France. *Journal Marketing, 15, 35–48.*
- Ferdinand. (2013). *Metode Penelitian Manajemen.* UNDIP Press.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19.* Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi.* Universitas Diponegoro.
- Goyette I., Ricard, L., J., B., & F., M. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration, 27(1), 5–23.*
- Hair, F. J., Black, C. W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis. In Mathematics of Computation (7th ed.).* <https://doi.org/10.2307/2007941>
- Hari Suprpto, R. E. (2021). Pernyataan Konsumen Lewat Internet (eWom), Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi, 17(1), 72.* <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v17i1.1188>
- Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik.* Bumi Aksara.
- Henning-Thurau, T. & K. A. (1997). The Impact of Customer Satisfaction and Relationship Quality on Customer Retention: A Critical Reassessment and Model Development.

- Psychology and Marketing*, 14, 737–764.
- Ibrahim, S. P. dan. (2017). *Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap Di Alpha Hotel Pekanbaru*. 4.
- Irawan. (2008). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia Jakarta.
- Jill, G. (2005). *Customer Loyalty* (Edisi Revi).
- Keller, K. (2009). *Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga*.
- Kenny., euben M. B. and D. A. (1986). The moderator- mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Personality and Social Psychology*.
- Kledo. (2020). *5 Fitur terbaik di Shopee*.
- Kotler. (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo. *Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo*.
- Kotler. (2019). *Kualitas Pelayanan*.
- Kotler & Keller. (2008). Y. Suharsono. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Kusnandar, V. B. (n.d.). *Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia*.
- Lainatus, S. (2018). Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Kualitas Pelayanan Seksi Customer Service Kantor Imigrasi Kelas I Polonia Medan. *Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Kualitas Pelayanan Seksi Customer Service Kantor Imigrasi Kelas I Polonia Medan*.  
<https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/10152>
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

- MN, R. (2005). *c . Proses pertukaran ini terjadi di pasar baik dalam arti fisik maupun non fisik sebagai wadah dan tempat untuk mengadakan transaksi dan penentuan harga . mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuas.*
- Naranjo, J., Fuad, H., Hakim, Z., Panchadria, P. A., Robbi, M. S., Yulianti, Y., Susanti, E., Sholeh, M., Teuku Fadjar Shadek, R. S., Kamil Arif, I., Gunadhi, E., Partono, P., Sampieri, R. H., & Pariyatin, Y. (2016). eWOM. *Jurnal Algoritma*, 12(1), 579–587.  
<http://jurtek.akprind.ac.id/bib/rancang-bangun-website-penyedia-layanan-weblog>
- Nasution. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. PT Ghalia Indonesia.
- Novita Dian Utami Dan Hening Widi Oetomo. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4.
- Parasuraman, et al. (1985). *A. Parasuraman et al., (1985). “A conceptual model of service quality and its implications for future research” Journal of marketing. Vol. 49.*
- Perry Hinton, Isabella McMurray, C. B. (2014). *No Title*.  
<https://doi.org/10.4324/9781315797298>
- Philip, K. dan K. L. K. (2016a). *Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.*
- Philip, K. dan K. L. K. (2016b). *Marketing Management*.
- PhilipKotler, & Amstrong, G. (1996). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi V, jilid 2, Intermedia, Jakarta.*
- Pramonos, S. (2015). Perkembangan Internet. *Ekp*, 13, 1–8.
- R., J. I. (2015). *Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia.*

- Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Robiul Hasanah, Dra. Sri Suryoko, M. S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa DHL Global Forwarding (Studi pada pengguna jasa DHL Di Kota Semarang). *Ilmu Administrasi Bisnis*, 024, 1–10.
- Sangadji, S. (2010). *Etta Mamang Sangadji, Sopiah. 2010. Metodologi Penelitian. Yogyakarta*.
- Sangadji, S. (2013). *Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi,.*
- Shopee. (2020). *Perusahaan Gambaran Shopee*. 9–14.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Surawiguna, T. J. (2010). *Makalah E-Commerce Stmik Amikom Yogyakarta Jurusan Sistem Informasi*. 5–15.
- Thurau, H. (2004). *Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?. Journal of Interactive Marketing*.
- Today, B. (2022). *Pengertian Internet dan Fungsinya*.
- Vincenzo Esposito Vinzi, Laura Trinchera, and S. A. (2010). *PLS Path Modeling: From Foundations to Recent Developments and Open Issues for Model Assessment and Improvement*.
- Yuliana, O. Y. (2000). Penggunaan Teknologi Internet. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 36–52.
- Yulianton, H., Sutanto, F. A., & Hadiono, K. (2017). Analisa Electronic Word of Mouth (E-Wom) Pada Media Sosial Twitter. *Dinamik*, 22(1), 11–22.  
<https://doi.org/10.35315/dinamik.v22i1.7102>