

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Kumar, V., Leone, R. P., Day, G. S. (2019). *Marketing Research*. Hoboken : John Wiley & Sons, Inc.
- Akbar, M. A., dan Alam, N. A. (2020). *E-commerce : Teori dalam Bisnis Digital*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Al-Emran, K. S. (2021). *Recent Advances in Technology Acceptance Models and Theories*. Dubai : Springer Publisher.
- Anwar. A., Nurkholik, A., Utami, F. N. (2023). *Statistika Dasar : Teori dan Konsep Dasar Statistika*. Jambi : PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Aprillia, A., Vidyanata, D. (2022). **Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value of Cost terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Fresh.Co**. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 19(1), 200-218.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Cholil, A.M. (2018). *101 Branding Ideas : Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen*. Yogyakarta : Penerbit Anak Hebat Indonesia.
- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Durianto, D., Sugiarto., Sitingjak, T. (2018). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Edison, E. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia : Strategi dan Perubahan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Organisasi*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Fatihudin, D., Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa : Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Filbert, M., Wulandari, A. (2018). **Analisa Penerapan E-Commerce pada UKM Keykey Frozen Food Cimahi tahun 2018**. *Jurnal Ilmu Terapan*, 4(3), 765-779.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya : Penerbit Kiara Media.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro Press.
- Hanim, F., Nurjanah, S. (2019). **Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan**. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 4(2), 307-316.
- Harmayani., Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., Hutahean, J. (2020). *E-Commerce : Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : Media Pressdindo.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2018). *Marketing Management*. London : Pearson Education.
- Kumparan. (2022). *Profil Perusahaan Shopee sebagai Aplikasi Belanja Online Asia*. <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-shopee-sebagai-aplikasi-belanja-online-asia-1y5jwp8MoSo> (diakses tanggal 23 Oktober 2023).
- Laksana. M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok : Khalifah Mediatama.
- Loudon, K. C., Traver, C. G. (2018). *E-Commerce : Business, Technology, Society*. London : Pearson Education.
- Moore, G. C., Bensabat, I. (2018). *Technology Adoption and Social Issues Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. Hershey : IGI Global.
- Meileny, F., Wijaksana, T. I. (2020). **Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Tingkat Kepuasan -Pelanggan Linkaja di Indonesia**. *Jurnal Ecodemica*. 4(2), 200-210.
- Mujito., Muharam, Hari., Adyas, D. (2023). *Manajemen Pemasaran : Sebuah Pengantar untuk Pemula*. Tasikmalaya : Edu Publisher.

- Prasetia, I. A., Suwitho. (2022). **Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang pada Aplikasi Shopee.** *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(2), 1-15.
- Rachmat, Z. (2023). **Digital Marketing dan E-Commerce.** Padang : Global Ekskutif Teknologi.
- Rerung, R. R. (2018). **E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi.** Sleman : Penerbit Deepublish.
- Riswandi, D. (2019). **Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.** *Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis*. 1(1), 1-13.
- Rizaty, M. A. (2023). **Transaksi E-Commerce RI Tak Capai Target pada 2022.** <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-ecommerce-ri-tak-capai-target-pada-2022> (diakses tanggal 17 September 2023).
- Saefudin, A., Hakim, L. (2022). **Introduction to Machine Learning Using R : Konsep, Teori, dan Praktik.** Bogor : IPB Press.
- Santi, I. H., Sudiasmo, F. (2018). **Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention to Use dan Actual Usage pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah.** Surabaya : Jakad Media Publishing.
- Shopee. (2023). **Gambaran Umum Shopee.** <https://careers.shopee.co.id/about> (diakses tanggal 23 Oktober 2023).
- Shopee. (2023). **Tentang Label dan Logo Shopee.** <https://seller.shopee.co.id/edu> (diakses tanggal 24 Oktober 2023).
- SimilarWeb. (2023). **Top Websites Ranking : Most Visited E-Commerce and Shopping Websites in Indonesia.** <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/e-commerce-and-shopping/> (diakses pada 15 September 2023).
- Sinulingga, N. A., Sihotang, H. T. (2023). **Perilaku Konsumen : Strategi dan Teori.** Medan : IOCS Publisher.
- Sparrow, S., Mieke, C., Spielman, D., Campenhout, B. V. (2023). **The Perceived Quality of Agricultural Technology and Its Adoption : Experimental Evidence from Uganda.** Washington DC : International Food Policy Research Institute (IFPRI).

- Statista. (2023). *Number of Users of E-commerce in Indonesia from 2018 to 2027*. <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia> (diakses pada 15 September 2023).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Suryani, D., Ermansyah., Alsukri, S. (2021). **Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek**. *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1(1), 11-19.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Jakarta : PT Buku Seru.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran : Kepuasan Pelanggan*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Tjiptono, F., Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Top Brand Award. (2023). *Komparasi Brand Index*. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index> (diakses pada 16 September 2023).
- Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan : Langkah Cepat dan Tepat Menyusun Tesis dan Disertasi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang : Penerbit Seribu Bintang.
- Yunijaji, A. P., Dwiridotjahjono, J. (2023). **Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Pop Mie di Rungkut, Surabaya)**. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5070-5085.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D. (2018). *Service Quality Dimensions : Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York : McGraw Hill Education.