

DAFTAR PUSTAKA

- Aco, A., & Endang, A. H. (2018). *Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*, 2(1), 3.
- Afrilliana, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang*. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.119>
- Anggranini, Y. (2022). *Analisis Pengaruh E-Servicescape Terhadap Niat Beli Ulang: Peran Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi*. Vol. 21, N, 41–55.
- Berliana, C., & Sanaji. (2022). *Effect Of E-Service Quality, E-Trust, And Commitment On E-Loyalty With E-Satisfaction As A Mediation Variable*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2397–2413. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Binus University. (2024). *Shopee Menjadi E-Commerce Yang Sangat Diminati Bagi Masyarakat, Mengapa?* [https://student-activity.binus.ac.id/himka/2021/07/13/shopee-menjadi-e-commerce-yang-sangat-diminati-bagi-masyarakat-mengapa/#:~:text=Shopee sangat dicari dan sangat,fashion%2C dan lain-lainnya](https://student-activity.binus.ac.id/himka/2021/07/13/shopee-menjadi-e-commerce-yang-sangat-diminati-bagi-masyarakat-mengapa/#:~:text=Shopee%20sangat%20dicari%20dan%20sangat,fashion%2C%20dan%20lain-lainnya).
- Cahya, M. R. D. C. N., Samsudin, A., & Komariah, K. (2020). KEKUATAN SERVICESCAPE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 2, 215–225. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/jomb.v2i2.637>
- databoks. (n.d.). *Penunjang Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain?* 2023. Retrieved February 24, 2024, from [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain#:~:text=Menurut data Similarweb%2C saat ini,to-date%2Fytd](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain#:~:text=Menurut%20data%20Similarweb%2C%20saat%20ini,to-date%2Fytd)
- Detikfinance. (2023). *Warga RI Makin Doyan Belanja Online, Penggunaannya Tembus 196 Juta*. [https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7020501/warga-ri-makin-doyan-belanja-online-penggunaannya-tembus-196-juta#:~:text=Berdasar pada data Statista Market,sebanyak 158%2C65 juta pengguna](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7020501/warga-ri-makin-doyan-belanja-online-penggunaannya-tembus-196-juta#:~:text=Berdasar%20pada%20data%20Statista%20Market,sebanyak%20158%2C65%20juta%20pengguna).
- Dewi, D. P., Harjoyo, H., & Salam, A. (2020). *Prosedur Administrasi Jasa Pengiriman Barang Di Pt Citra Van Titipan Kilat Tangerang*. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.32493/skr.v7i1.4570>

- Dewi, N. K. T. U., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2022). *Pengaruh Lokasi dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Bintang Bali Resort*. *Jurnal Emas*, 3(7), 220.
- Dinda Septiana Widya, Dedy Ansari Harahap, & Nina Maharani. (2022). *Pengaruh E-Service Quality dan E-Word Of Mouth terhadap E-Loyalty Masa Pandemi Covid-19*. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1), 764–770. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.2432>
- Fauzi, H. (2021). *Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Majalengka Pelanggan E-Commerce Shopee)*. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2), 156–167. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1801>
- Fauziah, S. N., Arisman, A., & Lestari, S. P. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Maxim Di Kota Tasikmalaya*. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(4), 96–113.
- Firdha, S., Putri, A., & Marlina, N. (2021). *Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Forum Ekonomi*, 23(3), 463–474. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- Jaolis, F., & Magdalena, A. (2018). *Analisis antara E-Service Quality, E-Satisfaction, dan E-Loyalty dalam Konteks E-Commerce Bukalapak*. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Karina, M. (2019). *Pengaruh E-servicescape Online Marketplace Shopee pada Perceived Value dan Kepuasan Pelanggan, serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(1), 103. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i1.534>
- Khusna, E. F. A., & Nirawati, L. (2024). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547–2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.5086>
- Khoir, M., & Haribowo, R. (2023). *Analisa Kualitas Pelayanan dengan Metode Service Quality (Servqual)*. 15(1), 76–81.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta : Erlangga.

- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). *Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay*. *YUME: Journal of Management*, 4(1), 138–149. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.445>
- Markeeters. (2018). **Lima Kota Indonesia dengan Jumlah Pembelanja Online Terbesar**. Marketeers. <https://www.marketeers.com/lima-kota-indonesia-dengan-jumlah-pembelanja-online-terbesar/>
- Melisa, G., & Sitanggang, I. A. (2022). *Perancangan Website E-Commerce Ineed*. *ID. 14*(1), 19–23.
- Ngangi, M. A. S., Busro, M. A., & Marimin, M. (2023). *Analisis Pengaruh E-Servicescape Terhadap Kepercayaan dan Niat Pembelian Kembali pada Website Lazada Indonesia*. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3(1), 26–33. <https://doi.org/10.55182/jtp.v3i1.238>
- Nurdian, G. (2022). *Data E-commerce Indonesia 2022 (2 Tahun Pandemi)*. Graha Nurdian. <https://grahanurdian.com/data-e-commerce-indonesia-2022/>
- Octaviani, L., & Sudrajat, A. (2016). *Fenomena perilaku belanja online sebagai alternatif pilihan konsumsi di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*. *Paradigma*, 4(3), 1–6. <https://media.neliti.com/media/publications/252448-fenomena-perilaku-belanja-online-sebagai-4013462c.pdf>
- Permana, H., & Djatmiko, T. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Bandung*. *SOSIOHUMANITAS*, 20(5), 201–215.
- Rahmah, C. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Rahman, N. F. R., & Listyorini, S. (2022). *Pengaruh E-Servicescape dan E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction pada Tokopedia (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1344–1354. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.32254>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). *Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen*. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.

- Setiawan, E., & Septiani, S. (2018). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab di Tangerang Selatan*. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 2(1), 54. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v2i1.24>
- Sofyan, M., Rulandari, N., & Sari, Y. (2021). *Analisis Proses Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Mall Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(3), 306–315. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i3.4019>
- Statista. (2024). *Number of Users E-commerce in Indonesia from 2019 to 2028. 9 Februari 2024*. <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>
- Suharman. (2019). *Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui aplikasi online start-up di Kota Medan*. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 7(3), 259–280.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. PT. Buku Seru.
- Syahputri AZ, Fallenia FD, & Syafitri R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
<https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado*. *Productivivty*, 3(1), 7–12.
- Tankovic, A. C., & Benazic, D. (2018). *The Perception of E-Servicescape and its Influence on Perceived E-Shopping Value and Customer Loyalty*. *Online Information Review*, 42(7), 1124–1145. <https://doi.org/10.1108/OIR-12-2016-0354>
- Taruli, A. E., Chan, A., & Tresna, P. W. (2020). *Engagement of Shopee Indonesia Mobile Application* (Survey of. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dsan Kewirausahaan*, 5(3), 283–295.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2020). *Pemasaran*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Trilaksono, A. I., & Prabowo, B. (2022). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan*

sebagai Variabel Intervening: Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 5(1), 101–112. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i1.1262>

We Are Social. (2023). *Digital 2023*. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>

Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). *The Effect of E-Service Quality, E-Trust, Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka's Customer*. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 4(3), 1061–1099.