

DAFTAR PUSTAKA

- Abdella, R. A., & Indradewa, R. (2024). Customer satisfaction in e-commerce: The role of service quality, product quality, and e-servicescape influences via perceived value. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2): 368-382.
- Alfamart. (2025). *Sekilas Alfamart*. Retrieved March 3, 2025, from Alfamart: <https://alfamart.co.id/tentang-perusahaan/profil-kami>
- Alfamart. (2025). *Visi dan Misi Kami*. Retrieved May 24, 2025, from Alfamart: <https://alfamart.co.id/tentang-perusahaan/profil-kami>
- Alfyana, U. Y., & Zuhroh, S. (2022). Pengaruh Ease of Use terhadap Repurchase Intention yang Di Mediasi E-Satisfaction (Studi Pada Online Travel Agent). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(3): 1156-1166.
- Aprilia, R. W., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh E-Servicescape dan Gamifikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia (Studi Pada Pelanggan Tokopedia di Kota Surabaya). *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1): 1632-1640.
- Azizah, B. R., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Social Influence Terhadap Intention To Use Layanan Video On Demand (Studi Pada Pengguna Aplikasi Netflix Di Kota Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4): 3678-3691.
- Burda, A., & Kusumo, A. T. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan, Loyalitas, dan Kepercayaan Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 7(2): 87-100.
- Elistia, & Septiani, R. E. (2023). Determinants of Repurchase Intention on E-Grocery Alfagift. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 3(1): 143-152.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., . . . Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.

- Herliana, Widyaningrum, D., & Theotista, G. (2023). Tipologi Financial Technology Paylater: Technology Acceptance Model (TAM). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 2(1): 2017-216.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jumianti, M. (2023). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim dan Flash Sale terhadap Keputusan Pembelian E-commerce Shopee (Studi pada Masyarakat Kelurahan Petobo Sulawesi Tengah)*. Skripsi. Palu: Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
- Kapriani, & Ibrahim. (2022). Analisis Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food pada Masa Pandemi. *Journal of Management & Business*, 5(2): 395-403.
- Karina, M. (2019). Pengaruh E-servicescape Online Marketplace Shopee pada Perceived Value dan Kepuasan Pelanggan, serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Maksipreneur*, 9(1): 103-122.
- Lubis, R. H., Ramadhan, Z., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Promo Gratis Ongkir dan Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Organisasi*, 5(3): 562-574.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Maharani, B. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BNI (Studi Kasus BNI KCU Jakarta Pusat)*. Skripsi. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Marsudin, L. O., & Marbun, S. (2023). Pengaruh Top of Mind, Brand Recall, dan Brand Recognition terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Sayurbox Bali. *Journal Research of Management*, 5(1): 83-101.
- Mayjeksan, A., & Pibriana, D. (2020). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna Terhadap Penggunaan Aplikasi Belanja Online XYZ. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 7(3): 580-592.
- Muzakki, F. D. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing dan Content Marketing terhadap Brand Awareness Produk Avoskin (Studi pada Instagram @avoskinbeauty)*. Skripsi. Surabaya: UPN "Veteran" Jawa Timur.

- Nirawati, L., Safitri, B. A., & Ahmad, R. F. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Studi pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur). *Syntax Idea*, 2(9): 594-604.
- Nursalam. (2020). *Statistika Terapan Univariat dan Multivariat (Teori dan Aplikasi pada Bidang Pendidikan dan Sosial Sains)*. Gowa: Alauddin University Press.
- Prasetyo, A. N., & Yusran, H. L. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna E-Commerce. *IJD: International Journal of Demos*, 4(1): 137-151.
- Pratiwi, G. W. (2023). *Pengaruh Copywriting dan Brand Awareness terhadap Consumer Interest pada Produk Menantea*. Skripsi. Surabaya: UPN "Veteran" Jawa Timur.
- Pulu, M. R., & Firdausy, C. M. (2024). Pengaruh Live Streaming Shopping, Convenience Payment Methods, dan Free Shipping terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Tiktok Shop Indonesia di Jabodetabek dan Non Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(5): 1122-1135.
- Putri, A. R., Akhmad, K. A., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Program Voucher Diskon dan Program Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Shopee Food. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1): 759-771.
- Rahma, D. W., Tyas, S. H., & Muftikhali, Q. E. (2022). Why do Consumers Adopt E-Grocery? A Systematic Literature Review. *Journal of Informatics and Communication Technology*, 4(2): 63-74.
- Rahman, N. F., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh E-Servicescape dan E-Service Quality terhadap E-Satisfacion pada Tokopedia (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3): 1344-1354.
- Riyoko, S. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: CV Markumi.
- Safira, S. N., & Nirawati, L. (2024). The Influence of E-Servicescape, E-Trust, and E-Service Quality on Customer Satisfaction on the E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2): 1530-1543.
- Safitri, W. (2023). Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian. In D. Amelia, B. Setiaji, Jarkawi, K. Primadewi, U. Habibah, T. L. Peny, . . . F. Y. Dharta, *Metode Penelitian Kuantitatif* (pp. 133-150). Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.

- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sembiring, T. B., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)*. Karawang: Saba Jaya Publisher.
- Setio, K., & Rasipan. (2024). Layanan Garansi Cash on Delivery (COD) Cek Dulu dan Biaya Gratis Ongkir terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 4(1): 15-26.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, D., Hartini, & Maulana, A. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Sundari, W. S., & Wahyuningtyas, Y. F. (2023). Pengaruh Diskon Harga, Gratis Ongkos Kirim dan Kemudahan Pembayaran terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee Food di Yogyakarta. *Jurnal Tambora*, 7(3), 7(3): 1-9.
- Susilowati, L. D., & Sukresna, I. M. (2023). Pengaruh Desain Laman, Perceived Ease of Use dan E-Trust terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen PT Bhineka Rahsa Nusantara). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1): 1-13.
- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 12(1): 36-44.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 5(3): 113-119.
- Wardhani, L. N., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Harga Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Switching Traveloka (Studi Pada Pengguna Traveloka Di Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2): 4304-4315.
- Wibisono, G. R. (2023). *Pengaruh E-Servicescape Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pengguna (Studi Pada Pengguna Shopee Kota Tarakan)*. Skripsi. Tarakan: Universitas Borneo Tarakan.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang: CV. Seribu Bintang.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.