

DAFTAR PUSTAKA

- [1] W. Widjanarko and F. Saputra, “Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia,” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, vol. 4, no. 5, 2023, doi: 10.31933/jimt.v4i5.
- [2] S. Devi, R. S. Hamid, and E. Maszudi, “Peran e-Wom e-Service Quality dan e-Trust dalam Menentukan Keputusan Pembelian,” *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, vol. 6, no. 2, pp. 1888–1898, Jun. 2023, doi: 10.36778/jesya.v6i2.1187.
- [3] Teddy Chandra, Stefani Chandra, and Layla Hafni, “SERVICE QUALITY, CONSUMER SATISFACTION, DAN CONSUMER LOYALTY: TINJAUAN TEORITIS,” 2020.
- [4] Supriyanto Muhammad, “ANALISIS PENGARUH SERVQUAL, KEPERCAYAAN, KEPUASAN, KOMITMEN TERHADAP CUSTOMER LOYALTY (Study Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara Madiun),” *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi Bisnis (JAEB)*, vol. 4, no. 2, 2015, doi: <https://doi.org/10.33795/jaeb.v4i2.325>.
- [5] D. I. N. R. Cardia, I. W. Santika, and N. N. R. Respati, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, vol. 8, no. 11, p. 6762, Nov. 2019, doi: 10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19.
- [6] Bahrudin Muhammad and Zuhro Siti, “PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, vol. 3, no. 1, 2016, doi: <http://dx.doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>.
- [7] M. F. , Attaqi, I. A. , Suryono, S. , Kussujaniatun, and S. Sudaryatie, “PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN

PENGGUNAAN, DAN KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP NIAT BELI ULANG,” *Jurnal Impresi Indonesia*, vol. 6, 2022, doi: <https://doi.org/10.58344/jii.v1i6.90>.

- [8] S. Sarwindah and E. Yanuarti, “Pengembangan Prototype Sistem E-Commerce pada Ajun Elektronik dengan Metode FAST,” *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, vol. 9, no. 2, pp. 281–288, Aug. 2020, doi: [10.32736/sisfokom.v9i2.871](https://doi.org/10.32736/sisfokom.v9i2.871).
- [9] A. Viona, E. Susanti, S. Hanifa, T. I. Ridho, and F. A. Nofirda, “Analisis Pengaruh Penggunaan Tiktok Shop terhadap Peningkatan Omset Penjualan UMKM di Pekanbaru,” *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 7, no. 3, pp. 31021–31029, 2023, doi: <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.12051>.
- [10] N. Nawastuti and Irmawati, “Pengaruh Influencer dan E-WOM terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan TikTok Shop,” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, pp. 1415–1421, Dec. 2023, doi: <https://doi.org/10.37034/infec.v5i4.735>.
- [11] Richard L. Oliver, “Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer 2nd Edition,” Routledge, 2014.
- [12] D.H. McKnight and N.L. Chervany, “Conceptualizing trust: a typology and e-commerce customer relationships model,” IEEE, 2001
- [13] Hengki and Sulis Riptiono, “Pengaruh Customer Experiential Quality, Destination Image dan Novelty Seeking Terhadap Revisit Intention dan Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2023. doi: <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i3.614>.
- [14] P. Kotler and G. Armstrong, “Prinsip-Prinsip PEMASARAN,” Erlangga, 2008.
- [15] Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,” *Bandung : Alfabeta*, 2013.

- [16] Gede Purnawinadi *et al.*, “Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Program SPSS,” *Yayasan Kita Menulis*, 2023.
- [17] Laurene Istiyawari, Mohammad Rafli Hanif, and Agus Nuswantoro, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN,” *Journal of SOLUSI*, 2021, doi: <http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4053>.
- [18] A. M. Amin, D. Rafiqah, and F. Yanti, “The Effect Of Brand Ambassador, E-WOM, Lifestyle, Country Of Origin And Motivation On The Decision To Purchase Korean Skincare Products Nature Republic,” *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2021. doi: <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.111>.

