

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. K. D. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Agora*, 5(1). <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19997>
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2015). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1).
- Catriana, E. (2020). *Aktivitas Belanja Online Meningkat Drastis, Ini Sebabnya*. <https://money.kompas.com/read/2020/10/27/135847026/aktivitas-belanja-online-rmeningkat-drastis-ini-sebabnya?page=all/>
- Chang, C. (2011). The effect of the number of product subcategories on perceived variety and shopping experience in an online store. *Journal of Interactive Marketing*, 25(3), 159–168. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2011.04.001>
- Chikazhe, L., Makanyeza, C., & Chigunhah, B. (2021). Understanding mediators and moderators of the effect of customer satisfaction on loyalty. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1922127>
- Cyr, D. (2008). Modeling website design across cultures: Relationships to trust, satisfaction, and e-loyalty. *Journal of Management Information Systems*, 24(4), 47–72. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222240402>
- Dewi, P. S. A., & Suprpti, N. W. S. (2018). MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN YANG DIPENGARUHI OLEH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK (Studi Pada Produk Smartphone Merek Oppo). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(2), 87–98. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2018.v12.i02.p01/>

- Diputra, A. (2020). *4 Faktor yang Mempengaruhi Customer Satisfaction*.
<http://www.myorangehr.com/news-events/4-faktor-yang-mempengaruhi-customer-satisfaction/>
- Djoyohadikusumo, S. (2017). PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PEMBELIAN TIKET ONLINE PESAWAT DI SURABAYA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 6(2), 1222–1240.
- Fauzi, S. N., & Primasari, L. (2018). Tindak Pidana Penipuan dalam Transaksi di Situs Jual iBeli Online (E-Commerce). *Recidive*, 7(3), 250–261.
- Fikri, R. A. N. A., & Baridwan, Z. (n.d.). *ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INDIVIDU PENGGUNA E-COMMERCE TOKOPEDIA UNTUK MELAKUKAN PEMBELIAN ONLINE*.
- Ginting, D. B. (2009). Structural Equation Model (SEM). *Media Informatika*, 8(3), 121–134. <https://doi.org/10.3109/9781439822463.209>
- Ginting, D. B., & Marlina, M. R. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas layanan, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pengguna Fasilitas E-Filing. *Media Informatika*, 16(1), 20–31.
- Hafizha, S., Abdurrahman, & Sri Nuryani, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.266>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Sage* (Vol. 46, Nomor 1–2). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002/>
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (Second Edi). SAGE.
- Hardiansyah, H. (2020). *Teknik Pengambilan Sampel - Sampel (Sampling)*. https://hardiansyah--8020180055.blogspot.com/2020/04/blog-post_8.html

- Hestanto, H. (2021). *E-commerce Menurut Para Ahli*. <https://www.hestanto.web.id/e-commerce-menurut-para-ahli/>
- Ilham, Y., & Dirgantara, I, M, B. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Jaringan, Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Keamanan dan Privasi pada Penyedia Layanan Internet Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampak pada Niat Pembelian Ulang. Diponegoro Journal of Management, 9(4). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Jonathan, I. R., & Mulyandi, M. R. (2019). *Pengaruh Privasi, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat dalam E-Commerce*. 171–178. <https://doi.org/10.33510/slki.2019.171-178>
- Jumarodin, J., Sutanto, A., & Adhilla, F. (2019). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Bedukmutu Di Umy. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 102–119. <https://doi.org/10.18196/mb.10171>
- Kinasih, B. S., & Albari, A. (2012). PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN DAN PRIVASI TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN ONLINE. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1), 25–38.
- Lidwana, A. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Mofokeng, T. E. (2021). The impact of online shopping attributes on customer satisfaction and loyalty: Moderating effects of e-commerce experience. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1968206>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nayoan, A. (2021). *Apa itu Ecommerce? Berikut Pengertian, Jenis, serta Manfaatnya!* <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-ecommerce/>

- Nugroho, A. W., & Sudaryanto, B. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Perkembangan E-Commerce di Indonesia*. (2019). <https://blog.mtarget.co/perkembangan-e-commerce-di-indonesia/>
- Rachmatunnisa, R. (2019). *Keluhan Pelanggan e-Commerce: 90% soal Status Pengiriman Barang*. <https://inet.detik.com/business/d-4611659/keluhan-pelanggan-e-commerce-90-soal-status-pengiriman-barang/>
- Rachmawati, R. (2014). Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Makanan). *TEKNOBUGA*, 1(1).
- Raman, P. (2019). Understanding female consumers' intention to shop online: The role of trust, convenience and customer service. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(4), 1138–1160. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2018-0396>
- Rahmawaty, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Bredtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 89–98. <https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11744>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). the impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019. e02690>
- Rohman, S., & Abdul, F. W. (2021). Pengaruh Pelayanan Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, 5(1), 73–85. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/logistik/article/view/1188>
- Sakti, B. J., & Mahfudz. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layana, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express

- Kota Semarang). *Journal of Manajemen*, 7(4), 1–8.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22343>
- Saufika, A. A., Kusyanti, A., & Perdanakusuma, A. R. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Dalam Melakukan Transaksi Online Pada E-Commerce XYZ*. 2(9), 2635–2643. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (7 ed.). Wiley.
www.wileypluslearningspace.com
- Setyowati, D. (2020). 'Senjata' Shopee Geser Posisi Tokopedia saat Pandemi Corona. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f63494f10287/senjata-shopee-geser-posisi-tokopedia-saat-pandemi-corona>
- Singh, R., & Söderlund, M. (2019). Extending the experience construct: an examination of online grocery shopping. *European Journal of Marketing*, 54(10), 2419–2446.
<https://doi.org/10.1108/EJM-06-2019-0536>
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Manajemen & Bisnis*, 5(1), 1–7.
- Syaifudin, M. (2016). ANALISIS PENGARUH PRIVASI, KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT UNTUK BERTRANSAKSI SECARA ONLINE DI OLX.CO.ID. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1–16.
- Teknik Pengumpulan Data untuk Penelitian Kuantitatif*. (2020).
<https://kumparan.com/berita-update/teknik-pengumpulan-data-untuk-penelitian-kuantitatif-1ukqRX5J0wF>
- Tekno.kompas.com. (2021). Gojek-Tokopedia Merger jadi GoTo, Penjual dan Mitra dapat apa? <https://tekno.kompas.com/read/2021/05/18/17340027/gojek-tokopedia-merger-jadi-goto-penjual-dan-mitra-dapat-apa-?page=all>

- Vicramaditya, P. B. (2021). Pengaruh kualitas layanan elektronik, kualitas informasi dan persepsi nilai terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan ojek online. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 325. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2379>
- Wasli, A. (2021). *Pengunjung Marketplace Tertinggi Februari 2021 Pada Iprice*. <https://teknologi.id/technology/pengunjung-marketplace-tertinggi-februari-2021-pada-iprice>
- Wibowo, W. A. (2013). Pengaruh System Quality, Information Quality, dan Service Quality Terhadap User Satisfaction Website Lion Airlines dan Sriwijaya Airlines. *Journal of Management Information Systems*, 8(4), 1–22. http://eprints.undip.ac.id/35702/1/Skripsi_FEBRIANI.pdf%5Cnhttps://www.mendeley.com/catalog/respecification-extension-delone-mclean-model-success/?utm_source=desktop&utm_medium=1.13.8&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Bfe23629c-a684-4e91-bb0f-49c879b
- Widoyoko, E. P. (2017) *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Yunarko, A. M. (2021). *Transaksi e-commerce Meningkat Hingga Kuartal IV 2020, Tren e-commerce 2021 Diprediksi Tumbuh Positif*. <https://jetcommerce.co.id/update/transaksi-e-commerce-meningkat-hingga-kuartal-iv-2020-tren-e-commerce-2021-diprediksi-tumbuh-positif/>