

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, M. P., & Kusumadewi, W. N. M. (2017). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(9), 5061–5087. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/31767/20111/>.
- Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 88–98. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.194>
- Alfa, A. A. G., Rachmatin, D., & Agustina, F. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen Dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square. *International Eurekamatika*, 5(2), 59–71. <https://doi.org/10.1109/IRMMW-THz.2014.6956015>
- Ali, S. S. H. (2013). Hubungan Antara Customer Relation Management (Crm) Dan Brand Image Pt Excelcomindo Pratama. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 13(1), 37–50.
- Alwi, I. (2012). Kriteria Empirik Dalam Menentukan Ukuran Sampel. *Jurnal Formatif*, 2(2), 140–148.
- Aprilianto, B., Welsa, H., & Udayana, I. B. N. (2022). Pengaruh Commitment , Trust terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty. *Widya Manajemen*, 4(1), 1–11. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyamanajemen/article/view/1743>
- Apriyani, D., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 51(2), 1–7. <https://media.neliti.com/media/publications/189804-ID-none.pdf>
- Astuti, H. J. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen (Servqual Model Dan Important Performance Analysis Model. *Jurnal Media Ekonomi*, 7(1), 1–20. Analisis Kepuasan Konsumen (Servqual Model Dan Important Performance Analysis Model
- Bahrudin, M., & Siti, Z. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Bangun, W. (2012). Budaya Organisasi: Dampaknya Pada Peningkatan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 8(1), 38–49. <https://media.neliti.com/media/publications/112560-ID-budaya-organisasi-dampaknya-pada-peningk.pdf>

- Bayu, Dimas Jarot. "10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020". <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020>
- Burns, Alvin C., & Bush, Ronald F. 2014. *Marketing Research*. London. : Pearson Education Limited
- Carissa, O. A., & Fauzi, A. (2014). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), 229–235. <http://jurnal.poltektriguna.ac.id/Volume4/enci.pdf>
- Cholilawati, D. S. (2021). Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi COVID-19. *Pendidikan*, IX(April 2020), 03. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/4316>
- Cooper, Donald R., Pamela S Schindler (2014), *Bussines Research Methods*. New York : McGraw Hill
- Dewi, A. A. C., & Samuel, H. (2015). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Pelanggan Sushi Tei Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1), 1–9.
- Dharmayanti, D., & Juventino, A. K. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Engagement Dan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada E-Commerce Zalora Indonesia Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2).
- Dimiyati, L., & Si, M. (2022). Konsumen Pada Ayu Butik Kota Pagar Alam. *Jurnal Ekonomia*, 12(1), 20–26. <https://www.ejournal.lembahdempo.ac.id/index.php/STIE-JE/article/download/201/149>.
- Elianto, W. Y., Setyawati, S. M., & Setyanto, R. P. (2020). Analisis Pengaruh Manajemen Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Keterikatan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(4). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i4.1539>
- Febriani, N. S., Dewi, W. W. A., & Avicenna, F. (2020). Perilaku Konsumen terhadap Kualitas e-Service pada e-Commerce. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 240–261. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1533>
- Felita, C. I., & Japariato, E. (2019). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Engagement dan Customer Trust Sebagai Variabel Intervening di The Body Shop', 1(1), Pp. 1–10. *Jurnal Pemasaran Petra*, 1(1), 1–10. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/3328>
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: BP Undip

- Harnoto, F. (2014). Strategi Kepuasan Pelanggan Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 21(36), 1–15. <https://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/download/14/14>.
- Hartono, A. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Di Restoran The Naked Crab Surabaya. *Encyclopedia of Systems Biology*, 174–187. <https://media.neliti.com/media/publications/80614-ID-kuncoro-z-s-2009-april-komitmen-organisa.pdf>
- Haryanti, N., & Baqi, D. A. (2019). Strategi Service Quality Sebagai Media Dalam Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Journal of Sharia Economics*, 1(2), 101–128. <https://journal.iaialhikmahtuban.ac.id/index.php/JSE/article/download/72/57>
- Haryono, T. (2015). Pentingnya Menjaga Dan Meningkatkan Hubungan Baik Dengan Konsumen Dalam Masa Krisis. *JEJAK: Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan*, 3(1), 75–82. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jejak/article/download/4666/3878>.
- Hayu, R. S. (2014). The Influence Of Satisfaction, Trust And Price Of Consumer Loyalty On Green Product (Case In Kandang Village Society Of Bengkulu City, Which Have Been Using Energy Saving Lighting Products). *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 30–44. <https://doi.org/10.33369/insight.9.1.30-44>
- Hijjah, R., & Anindya, A. (2015). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Value Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction. *Management Analysis Journal*, 4(4), 281–288.
- Jayani, Dwi Hadya. “Bukan Shopee, Tokopedia Juara E-commerce Terpopuler Kuartal II 2021”. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/17/bukan-shopee-tokopedia-juara-e-commerce-terpopuler-kuartal-ii-2021>
- Jayani, Dwi Hadya. 2021. “Jumlah Pengunjung Tokopedia Kalahkan Shopee pada Kuartal I-2021”. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/11/jumlah-pengunjung-tokopedia-kalahkan-shopee-pada-kuartal-i-2021>
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2018). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). *Polban IRWNS*, 1(1), 1204–1213. <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/1463/1223>.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Lidwina, Andrea. 2021. “Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia”. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

- Lubis, A. H. (2020). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Alfa Scorpii Jl. Bakti Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 1–12. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/tjh/article/download/975/825>
- Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1), 59–75. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/download/3043/1904>
- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1). <https://media.neliti.com/media/publications/287232-pengaruh-kepercayaan-pelanggan-terhadap-93f35403.pdf>
- Mandagi, F. I. K. (2017). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Shampoo Loreal Di Kalangan Remaja. *Simki-Economic*, 01(09). http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2017/3ffb3af4029e92847fdd5d19ecba6c74.pdf
- Mardiani, E., Rahmansyah, N., Rizky, F. Al, Kreatif, M., Studi, P., Universitas, M., Asia, S., Sawo, J., No, M., Minggu, P., Selatan, J., Srengseng, J., Jagakarta, S., Selatan, J., Harsono, J., No, R. M., Pasar, R., & Jakarta, M. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap E-Commerce Disaat Pandemi Covid 19 Di Shop And Travel. *Jurnal Informatik*, 16(3), 3–7. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/viewFile/552/279>
- Mardikawati, W., & Farida, N. (2013). Loyalitas Pelanggan , Melalui Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Bakar Yayasan Cilacap. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 64–75. <https://media.neliti.com/media/publications/71917-ID-pengaruh-nilai-pelanggan-dan-kualitas-la.pdf>
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelangan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Maulana, A. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Nugraheni, C. I. (2012). Pengaruh Customer Engagement Melalui Media Sosial Terhadap Kepercayaan Merek (Studi Pada Facebook Sunsilk Indonesia) Universitas Indonesia. In *Management Decision* (Vol. 55, Issue 1). <https://www.growingscholar.org/journal/index.php/%0Ahttp://www.scirp.org%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.12.004%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.012>
- Nurhanah, D., Budianto, A., & Toto. (2019). Pengaruh Customer Trust Dan Customer Perceived Terhadap Loyalitas Pelanggan (Suatu Studi Pada Toko Rabbani Tasikmalaya). *Jurnal Bisnis Dan Mana*, 1(2), 189–200.

http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_789665279211.pdf

- Pramita, R. (2020). Pengaruh Perceived Ease of Use, Customer Engagement, Dan Promosi Terhadap Loyalitas. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1–9. <https://media.neliti.com/media/publications/234836-kriteria-empirik-dalam-menentukan-ukuran-60ddb857.pdf>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Purnami, N. M., Agung, A. A. G., & Kusuma, A. (2017). PERAN CUSTOMER ENGAGEMENT MEMEDIASI PENGARUH. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 11(1), 103–108. https://jrem.iseisby.or.id/index.php/id/article/view/22/pdf_evi
- Rahmawati, E., & Sanaji. (2015). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Kepuasan. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 246–261. https://www.researchgate.net/publication/263675923_The_Role_of_Customer_Engagement_in_Building_Consumer_Loyalty_to_Tourism_Brands/link/610d616d169a1a0103e2db9d/download
- Ratnasari, D. (2015). Pengaruh Tingkat Ekspektasi dan Kinerja Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Melalui Diskonfirmasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya). *Kebijakan Dan Manajemen Publik Volume*, 3(April), 1–12. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-kmp092f91905efull.pdf>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2020). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue September). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Sativa, A., Astuti, R. T., & Manajemen, J. (2016). Analisis Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–10.
- Sekaran, Uma & Rouger Bougie. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* 17th Edition. Chichester: Wile
- Setiawan, A. R., & Ilfitriah, A. M. (2012). Pengaruh Variabel Kepuasan, Kepercayaan, Dan Komitmen Afektif Terhadap Perpindahan Nasabah Di Surabaya. *Journal Business and Banking*, 2(1), 97–112. <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/download/167/117>
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55–61. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.55-61>
- Simanjuntak, Y., Demak, C., & Purba, P. Y. (2020). Peran Mediasi Customer

- Satisfaction dalam Customer Experience Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 171–184. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i2.4795>
- Sirhan, F., Wahyu, W., & Agung, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 120–134. <https://media.neliti.com/media/publications/75420-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kep.pdf>
- So, K. K. F., King, C., & Sparks, B. (2014). Customer Engagement With Tourism Brands: Scale Development and Validation. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 38(3), 304–329. <https://doi.org/10.1177/1096348012451456>
- So1, K. K. F., King, C., Sparks, B. A., & Wang, Y. (2014). *The Role of Customer Engagement in Building Consumer Loyalty to Tourism Brands. August 2021*. <https://doi.org/10.1177/0047287514541008>
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen*, 9(2), 718–736. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/54287/33537>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Supriyadi, E. (2017). Perbandingan Metode Partial Least Square (PLS) dan Principal Component Regression (PCR) Untuk Mengatasi Multikolinieritas Pada Model Regresi Linear Berganda. *UNNES Journal of Mathematics*, 6(2), 117–128. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ujm/article/view/11819>
- Sutopo, F. A. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Dan Persepsi Harga Terhadap Citra Restoran Dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 5, 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Tantono, R., & Adiwijaya, M. (2017). Pengaruh Trust, Product Quality, Dan Price Terhadap Loyalitas Pelanggan Pembalut Natesh. *Jurnal Agora*, 5(3), 1–9. <https://media.neliti.com/media/publications/135463-ID-pengaruh-trust-product-quality-dan-price.pdf>
- Tjahyadi, & Arlan, R. (2010). Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 65–78. <https://media.neliti.com/media/publications/112039-ID-brand-trust-dalam->

konteks-loyalitas-mere.pdf

- Tjiptono, Fandi. 2012. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Umar, H. (2014). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Penerbangan Low Cost Carrier. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog)*, 1(2), 127–138. <https://media.neliti.com/media/publications/112323-ID-faktor-faktor-yang-memengaruhi-loyalitas.pdf>
- Utami, S. S., Samuel, H., & Brahmana, R. K. M. R. (2013). Analisis Pengaruh Trust dan Commitment Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan CV. Sumber Jaya Sakti Tarakan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–9. <https://media.neliti.com/media/publications/140384-ID-analisis-pengaruh-trust-dan-commitment-t.pdf>
- Veno, M. H., Subagio, & Hartono. (2015). Analisa Pengaruh Kepercayaan Terhadap Tenaga Penjual (Trust In Employee), Dan Kepercayaan Terhadap Merek (Trust In Brand) Terhadap Niat Beli (Purchase Intention) Konsumen Pada Bernini Furniture Di Surabaya, Dan Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–12. <https://media.neliti.com/media/publications/131917-ID-analisa-pengaruh-kepercayaan-terhadap-te.pdf>
- Wahyudi, S. (2019). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Memunculkan Distrust. *Sisi Lain Realita*, 3(2), 100–112. [https://doi.org/10.25299/sisilainrealita.2018.vol3\(2\).3721](https://doi.org/10.25299/sisilainrealita.2018.vol3(2).3721)
- Wahyuningrum, R. (2018). Analisis Strategi E-Marketing Untuk Meningkatkan Minat Beli Online. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 21(3), 275–290.
- Wibowo, R. (2015). Kesuksesan E-commerce (OnlineShopping) Melalui Trust Dan Customer Loyalty. *Ekonomi Bisnis*, 20(1), 8–15. <https://media.neliti.com/media/publications/55496-ID-none.pdf>
- Widiaswara, T. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Club Di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Widjaja, Y. R. (2016). Loyalitas Merek Sebagai Dampak Dari Kepuasan Konsumen. *Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), 1–13. <https://media.neliti.com/media/publications/273265-loyalitas-merek-sebagai-dampak-dari-kepu-82d5e466.pdf>
- Widya, A. T., Bachtiar, J. C. U. ., Rahmadyan, H., Rahardiyana, A., B. P, T. A., & Abadi, A. A. (2020). Dampak Bisnis Online Terhadap Sosial-Ekonomi Dan Karakteristik Ruang Dalam Rumah Tinggal Di Cibaduyut, Kota Bandung. *Modul*, 20(2), 98–110. <https://doi.org/10.14710/mdl.20.2.2020.98-110>
- Widyanita, F. A. (2018). Analisis Pengaruh Kualiatas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fakultas

Ekonomi Uii Pengguna Shopee. *Pakistan Research Journal of Management Sciences*, 7(5), 1–2.

Yovita, N., Hasiholan, L. B., Hadi, E., & Kom, W. S. (2018). Pelaksanaan Costumer Relationship Management (CRM) Terhadap Costumer Engagement PT. Bank Negara Indonesia (Persero) TBK. Cabang Pekalongan Untuk Meningkatkan Pelayanan Nasabah. *Jurnal of Managemennt*, 4(4), 2502–7689. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/986>

