

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, A. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Lipstik Revlon (Studi Kasus Konsumen Lipstik Revlon di Yogyakarta). *Skripsi*.
- Burhan (2020) Katadata.co.id dengan judul "Riset KIC: Perempuan Lebih Sering Belanja di E-Commerce Ketimbang Pria,"
<https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/5f297dd1ae890/riset-kic-perempuan-lebih-sering-belanja-di-e-commerce-ketimbang-pria>, diakses 10 Mei 2022
- Diakses tanggal 27 September 2021 pada laman <https://www.tokopedia.com/about/our-story/>
- Fajrina (2014) CNN Indonesia "Kisah Pendiri Tokopedia yang Sempat Diremehkan", diakses pada laman <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20141210165321-185-17281/kisah-pendiri-tokopedia-yang-sempat-diremehkan>, diakses pada tanggal 20 Februari 2022)
- Diakses tanggal 27 September 2021 pada laman <https://www.tokopedia.com/about/our-story/>
- Fajrina (2014) CNN Indonesia "Kisah Pendiri Tokopedia yang Sempat Diremehkan", diakses pada laman <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20141210165321-185-17281/kisah-pendiri-tokopedia-yang-sempat-diremehkan>, (diakses pada tanggal 20 Februari 2022)
- Experience, K.-B., & Davidson, H. (2014). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Yohanes Surya Kusuma Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra Jl.Siwalankerto 121-131, Surabayan. *Manajemen Pemasaran*, 2 (1), 1-11.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan merek (Planning & Strategy). *Buku*

Pemasaran Produk Dan Merek, August, 336

Hasugian, J. T. M. (2015). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis, 3(4)*, 923–937.

Hardiyanti, L. (2017). Analisis Unsur Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Meningkatkan Keputusan Nasabah Untuk Menabung (Studi Kasus Pada Nasabah Bpr Restu Artha Makmur Semarang). *Skripsi*.

Hanif, Sholeh, & Febriawan (2021) Modul Pembelajaran *E-Commerce*

Indrasari, Meitha. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomopress.

Kusuma, Y. S. (2014). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Dan Brand Trust Harley Davidson Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 2(1)*, 1–11.

Kusumaningsih, Sutopo, & Nurlaeli (2021). *Buku Panduan Marketplace*

Maria, R. T. (2017). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan*. [Mediaindonesia.com](https://www.mediaindonesia.com)

(2021). Penelitian Kantar ungkap Peta Persaingan E-Commerce di Tengah

Pandemi 2021, diakses pada laman

[https://m.mediaindonesia.com/ekonomi/448606/penelitian-kantar-](https://m.mediaindonesia.com/ekonomi/448606/penelitian-kantar-ungkappeta-persaingan-e-commerce-di-tengah-pandemi-2021)

[ungkappeta-persaingan-e-commerce-di-tengah-pandemi-2021](https://m.mediaindonesia.com/ekonomi/448606/penelitian-kantar-ungkappeta-persaingan-e-commerce-di-tengah-pandemi-2021). (Diakses

pada tanggal 15 Desember 2021)

Musfar, F. T. (2020). *Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia

Mata, P., Ros, E., De Campos, P. C. M., Dapcich, V., Salvador, G., Ribas, L., Pérez, C., Aranceta, J., Serra, L., Carbajal, Á., Pinto, J., Adalia Farma, Roach, B., Braguinsky, J., col., Quesada, R. M. O. F. P. J. L. B. S. E. M., Heckman, J. J., (1967). No

Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.,
I(1), 1–64.

http://www.nutricion.org/publicaciones/pdf/prejuicios_y_verdades_sobre_grasas.pdf
<https://www.colesterolfamiliar.org/formacion/guia.pdf>
<https://www.colesterolfamiliar.org/wp-content/uploads/2015/05/guia.pdf>

Miharni Tjokrosaputro, I. A. D. (2020). Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Trust, dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Kompas Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 60. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i1.6801>

Nuddin, A. khalishah. (2017). Pengaruh Pengalaman Merek , Kepuasan dan Kepercayaan Merek Dalam Membangun Loyalitas Merek : Penelitian Empiris Pada Merek Samsung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1–23.
[https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10681/08.Naskah Publikasi %28Jurnal%29.pdf?sequence=18&isAllowed=y](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10681/08.Naskah%28Jurnal%29.pdf?sequence=18&isAllowed=y)

Nursukma Hasan (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Data, Kualitas, Pelayanan dan Persepsi Resiko Menggunakan e-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Ponorogo)

Prabowo, A. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua. *Jurnal Manajemen*, 162.

Pratama (2020). Saluran Pemasaran: Definisi, Fungsi, dan Tingkatannya, diakses pada laman <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/29/162802669/saluran-pemasaran-definisi-fungsi-dan-tingkatannya?page=1>

Pratiwi, D. M., Saerang, D. P. ., & Tumewu, F. (2015). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Customer Satisfaction on Brand Loyalty (Case of Samsung Smartphone). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 377–385

- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*. CV. Wade Group
- Putri, R. K., Nurmalina, R., & Burhanuddin, B. (2018). Analisis Efisiensi Dan Faktor Yang Memengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 109. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.007>
- Riyadi (2019). Apa itu Tokopedia? Apa saja Kelebihan, Kekurangan dan Fitur yang Dimiliki Tokopedia?, diakses pada laman <https://www-nasabamedia.com/apa-itu-tokopedia/> (Diakses pada 27 Maret 2022)
- Roziana Mira (2021). *Pengaruh Trust, Service Quality dan Customer Experiiece Terhadap Loyalitas Pelanggan di Marketplace Tokopedia (Survei Pelanggan Tokopedia Pelajar SMKN 2 Brondong Lamongan)*
- Sakti, E. W. (2013). *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.5 No.1* (2016). *Calyptra*, 2(2), 1–12.
- Stephanie, Yusuf (2021). Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia Melek Media Sosial, diakses pada laman <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>. (Diakses pada tanggal 10 Oktober 2021)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 32(1), 25–41. <http://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/view/3194>
- Toviani, T., & Indriyanti, S. (2017). Pengaruh Brand Evaluation , Trust , Satisfaction , Brand Relationship , Brand Affect , Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty

Sabun Mandi Antiseptik. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1), 243–248.

Utomo, I. W. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOPPING (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi*, VIII(1), 78. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>

Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).

Zaking (2020). 91 Juta Data Akun Tokopedia Bocor dan Disebar Di Forum Internet, diakses pada laman https://www.jawapos.com.cdn.ampproject.org/v/s/www.jawapos.com/oto-dan-tekno/teknologi/05/07/2020/91-juta-data-akun-tokopedia-bocor-dan-disebar-di-foruminternet/?amp_js_v=a6&_gsa=1&&usqp=mq331AQKKAFOArABI IACAw%3D%3D#aoh=16424876477508&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s&share=https%3A%2F%2Fwww.jawapos.com%2Ffoto-dan-tekno%2Fteknologi%2F05%2F07%2F2020%2F91-juta-data-akun-tokopedia-bocor-dan-disebar-di-forum-internet%2F (Diakses pada tanggal 18 Januari 2022)