

DAFTAR PUSTAKA

- Aldrin, F. R., & Widiyanesti, S. (2022). Peran Keputusan Pembelian Memediasi Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee.
- Arikunto, S. (2002). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bambang. (1999). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Gramedia.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing (7th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Danil Syah, M., Ali, H., & Asif Khan, M. (2024). Determinasi Minat Beli dan Keputusan Pembelian: Analisis Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi Flos Cibitung. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 273–285. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.211>
- Febi, R. N., & Hardilawati, W. L. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Pemasaran Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee. 4(1).
- Ghazali, I. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ketiga). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Ndora, D. (t.t.). Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prayoga, A., Susniwati, & Yusuf, M. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 55–66.

- Purnama, I., & Sumbawati, N. K. (2025). DAMPAK STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI E-COMMERCE: STUDI KASUS SHOPEE INDONESIA. 8(1).
- Rayhan Arief Widitya, Mohamad Rafi, & Adinda Faniyah Yusha. (2024). Evaluasi Kualitas Layanan dalam E-Commerce: Studi Kasus pada Platform Shopee. *Journal of Management and Creative Business*, 2(4), 290–297. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i4.3307>
- Rezki Abdillah. (2025). Transformasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Shopee. *Repeater : Publikasi Teknik Informatika dan Jaringan*, 3(1), 185–190. <https://doi.org/10.62951/repeater.v3i1.377>
- Ridha Alfia Zachra, Usep Suhud, & Muhammad Fawaiq. (2024). Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen pada Produk Sneakers di Shopee Live Video Shopping. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS EKONOMI*, 2(3), 311–334. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i3.2068>
- Sari, P. D. S., Prapanca, D., & Kusuma, K. A. (2024). The Influence of Promotion Quality, Prices and Improving the Quality of Online Shopping Services on Customer Satisfaction Research on E-commerce Business Shopee.
- Suriadi, Sulistyo Budi Utomo, Rendro Laksmono, Rudi Kurniawan, & Loso Judijanto. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 507–513. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1940>
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran (Edisi ke-3)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Veronika Oktaviani, V., Nataliani, N., & Tunggal Dewi, T. W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 135–144.
- Wahyuni, D. U., & Lestari, M. (t.t.). *Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Online dalam Keputusan Pembelian Pengguna Produk Shopee di Surabaya*
- Yerizal. (2020). *Digital Marketing dalam Era Industri 4.0*. Padang: Andalas University Press.