

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus V.D, K. K. (2021). *Confirmation , Service Quality , Dan Quality Of Personalization Untuk Memprediksi Kepuasan Pelanggan*. III(3), 661–668.
- Akbar, I., & Rahimi, F. (2024). *The Evolution Of Consumer Behavior In The Digital Age: a Systematic Review Of E-commerce Marketing Strategies*. 1(11), 1561–1574.
- Akbar, R. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Loyalitas Konsumen Go-jek*. 1–24.
- Alfonso, P. V. (2021). *Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Maluku*. 10(1), 125–132.
- Alim, T., Zufriah, D., & Fathoni, M. I. (2025). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee*. 1, 66–74.
- Aprillia Darmansah1, S. Y. Y. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur Aprillia*. 1(1), 15–30.
- Caswito, A., Sayidah, N., & Adi, S. U. (2024). *Faktor Penggunaan E-Commerce Terhadap Pengambilan Keputusan melalui Perilaku Konsumen (Kajian Studi Literatur Review)*. 13, 1–8.
- Choti, K. (2021). *Pengaruh Learning Orientation Terhadap Innovative Behavior Pada Student Union Di Universitas Ciputra*. 6.
- Christianti, G. A. (2025). *The Influence of Marketing Mix on Customer Satisfaction , Trust , and Loyalty*. 13(6), 4249–4260. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i6.4117>
- Darmawan, D. (2023). *Studi Empiris Perilaku Konsumen Aliexpress: Peran Online Consumer Review, Online Customer Rating, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif*. 6(1).
- Daulay, A., Surbakti, S. B., & Sinto. (2022). *An Influence Of Management Intelligence And Emotional Intelligence On The Performance Of Civil Servants (PNS)*. 11(01), 689–695.
- Dodi, Munajat, & Sari, F. P. (2025). *Pengaruh Promosi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di platform e-commerce shopee di kota baturaja*. 19(1978), 6213–6216.
- Dwi, A., Riyandi, F., Sumawidjaja, N., Herlinawati, E., & Abdul, D. (2026). *Pengaruh Kualitas Produk , Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi M Banking KB Star*. 8(3). <https://doi.org/10.32877/eb.v8i3.3478>

- Eastin, M. S., Daugherty, T., Burns, N. M., Klinger, K., Johnston, L., Foley, T., & Snavely, J. (2022). *Handbook of Research on Digital Media and Advertising : Consumption*.
- Fauzan, A. M., Sumaryanto, & Susanti, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Pengguna Gojek Di Universitas Slamet Riyadi Surakarta)*. 405–412.
- Fawaiz, A., Syari, F., Islam, E., & Ibrahimy, U. (2024). *Kepuasan Masyarakat : Perubahan Minat Beli Konsumen Terhadap Manajemen Bisnis Online*.
- Febi, R. N., Hardilawati, W. L., & Bakkrudin. (2025). *Pengaruh Persepsi Kemudahan , Kepercayaan Dan Pemasaran Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee*. 4(1), 991–1003.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2025*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H.Rudi, Amrullah, H. G. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu*. 1(1).
- Hamid, M. G., & Mustaqim, M. (2025). *pengaruh pemasaran digital dan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan studi kasus pada INTAKO sidorjo*. 3(2), 1–12.
- Hari, M. (2022). *Keputusan Pembelian Di Pengaruhi Oleh Promosi Penjualan Pada Klinik Kecantikan Di Garut*. 11(3), 504–508.
- Hartono, S. (2025). *Economics and Digital Business Review Peran Promosi , Citra Merek dan Kualitas Produk Dalam*. 6(2), 1671–1684.
- Hermanto G.F, R. Y. (2015). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Pelangi Media Pustaka*. 0761.
- Hidayah, N., Hidayah, S., & Kuleh, J. (2026). *Digital marketing , customer satisfaction , and customer loyalty in influencing sales at Alfamidi retail*. 25(1), 363–380.
- honey W.S.E, Heri H, L. A. . (2021). *E-Satisfaction, E-Loyalty Dan E-Trust Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce Shopee Di Universitas Surabaya*. 9(2).
- Hu, M., & Rabinovich, E. (2015). *Customers Complaints In Online Shopping: The Role Of Signal Credibility*. 16(2), 95–108.
- Jailani, M. S. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. 1, 1–9.
- Kayana, R. A., & Rachbini, W. (2025). *Issn : 3025-9495*. 19(5).
- Koç, F., & Özkan, B. (2025). *Chasing Discounts , Facing Regret : How FoMO Shapes Consumers ' Online Shopping Behavior ?* 34(3). <https://doi.org/10.18267/j.pep.895>

- Lestari, I. (2020). *Terhadap Niat Untuk Menggunakan Kembali Layanan Transportasi Online Di Era Pandemi Covid-19*. 9(1), 27–35.
- Liu, H., Jayawardhena, C., Shukla, P., & Osburg, V. (2024). Electronic word of mouth 2.0 (eWOM 2.0) – The evolution of eWOM research in the new age. *Journal of Business Research*, 176(January), 114587. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114587>
- Mardiana A.P, Octavia A, F. N. (2024). *Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Ditinjau Dari Motivasi Hedonis, Utilitarian, Promosi Penjualan Dan Minat Konsumen*. 1–14.
- Marthadinata, S., Lhutfi, B., Haq, R., Studi, P., Fakultas, M., Dan, E., & Universitas, B. (2024). *Pengaruh Sistem Konsinyasi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Telkopay di Kecamatan Sawangan Kota Depok Suryadi*. 1(1), 90–99.
- Maulana, R. I. (2018). *Emosi Konsumen Dalam Mendukung Kepuasan Pembelian Secara Online Di Masa Pandemi Covid 19*. 2(2), 213–225.
- Mulawarman, L., & Ramdani, R. (2024). *Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian : Perspektif Pengguna E- Commerce Shopee Di Pulau Lombok*. 2024(2021), 7–12.
- Novan, H., Lase, B., Mendrofa, Y., & Telaumbanua, A. (2025). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Eiger di Toko Eiger Kota Gunungsitoli*. 4, 570–582.
- Noviani S.R, S. T. (n.d.). *Pengaruh Online Consumer Review, Rating, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Marketplace Shopee Di Jakarta Selatan*. 1(1), 17–28.
- Nugroho B.r.w, Anggraini N.P.N, S. W. G. . (2024). *Pengaruh Online Customer Review, Diskon Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aktif Aplikasi Shopee Di Denpasar)*. 5, 402–417.
- P.R, D. wahy. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Toko Modern Di Yogyakarta*. 15–32.
- P.S, D. (2021). *Pembelian , Kualitas Produk , Harga Kompetitif , Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 2(4), 524–533.
- Paul, D., Saerang, E., Otto, L., & Datulong, H. (2022). *Pola Baru Komunikasi Pemasaran Properti Pasca Pandemi: Sebuah Studi Kasus Penelitian Kualitatif Pada Akr Land Kawanua Emerald City Manado*. 10(2), 1132–1139.
- Purbohastuti, A. W., & Fakultas. (2021). *Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret*. 7(1), 1–17.
- Purnama, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PO . Titian Mas Cabang Bima*. 4(2), 162–170.

- Rahayu, M. (2025). *Pengaruh Promosi, Brand Image, Dan Online Customer Review Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Tiktok Shop (Studi Manajemen Uin Saizu Purwokerto)*.
- Rahmawati, E. D., & Mardhiyah, D. (2026). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Leasing PT . XYZ. 15, 2055–2077*. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i1.2162>
- Rahmawati, F. D. (2022). *Peran Digital Marketing Dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Promosi dan Harga Terhadap Impluse Buying (Studi pada E-commerce Shopee) Febrina. 7(2), 71–86*.
- Rajab, M., Yandi, A., & Mahaputra, M. R. (2025). *The Impact of Digital Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty in Digital Marketplaces : A Conceptual Study. 3(2), 97–105*.
- Riani Tanjung, SE., M.Si., Ak., C. P. (2021). *Jurnal akuntansi. 54*.
- Rita, Hutomo, K., & Natalia. (2023). *Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Foursquare : The New Social Media. 4(9), 711–724*.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). *Heliyon 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>
- Sachlan, T. W., Tumanung, M., Riung, C. M., Penerapan, A., Pemasaran, B., Rumah, P., Di, M., Sachlan, T. W., Tumanung, M., & Riung, C. M. (2025). *Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Produk Rumah Makan Di Kawasan Jalan Boulevard Ii Tuminting Kota Manado. 13(1), 408–415*.
- Saputra, R. A., Pratiwi, H., Sari, S., & Andira, A. P. (2025). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Shopee. 3–6*.
- Setyaningsih, F. (2013). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. 10(2), 221–230*.
- Simamora, B. (2022). *Skala Likert , Bias Penggunaan dan Jalan. 12(1), 84–93*.
- Simanjuntak, Y. A., & Nawawi, M. T. (2025). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Repurchase Intention Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Tangerang. 07(01), 310–317*.
- Soinbala, R., & Bessie, J. L. D. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Oncu ' S Fruit Dessert). 65–83*.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*.
- Sularsih, D. A., & Driya, W. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Alfragift Di Bandar Lampung. 4(10), 219–239*.

- Sundari, R. (2025). *Analisis Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee*. 4(2), 188–197.
- Suryo, I. W., Benedic, L., & Tanwinisa, R. (2019). *Analisis Korelasi Antara Brand Awareness Dengan Puchase Intention Garuda Indonesia*. 4(1), 109–128.
- Syafranita N, Asnawi M, A. . (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Pada Cv. Syabani Di Pusat Pasar Medan*. 7(2), 31–40.
- Tri, R., Yanto, Y., & Dhia, A. (2021). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce (Studi Kasus Pengguna Toko Online Shopee)*. 11, 1–13.
- Vidiati, C., Islam, U., Bangsa, B., Pratama, F. A., Islam, U., & Bangsa, B. (2025). *Digital Marketing Implementation to Improve Customer Value Creation : A Case Study in The Indonesian E-Commerce Industry*. 5(1), 59–64. <https://doi.org/10.47776/mizania.v5i1.1429>
- Wang, M. (2021). *How Emotional Interaction Affects Purchase Intention In Social Commerce : The Role Of Perceived Usefulness And Product Type*. 467–481.
- Waruwu.f.d.p, Zebua E., Mendrofa Y., G. N. . (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Mawar Bakery Di Kota Gunungsitoli*. 1556–1568.

