

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, & Budiarti (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Astuti, Nursyamsi, Haryono, & Utomo. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 68–77. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i1.199>  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4012/4023/>
- Kotler, P. d. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson.
- Kotler, P. d. (2020). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga
- Masitoh, , Wibowo, & Ikhsan,(2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Sains Manajemen*, 5(1), 101–119. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i1.1515>
- Nirawati, Ayu, Safitri, & Ahmad, (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan Kepercayaan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek. 2(9), 594–604. Syntax idea
- Nurdiansyah, Pratiwi, (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan dan Kepuasan. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 297– 303.
- Prayogi, Rinaldo, & Fardiana. (2022). Pengaruh Terpaan Iklan Promosi Shopee ‘Flash Sale’ Di Televisi Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 32–41. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i2.93>
- Putrie, (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Transaksi Pembelian Online terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(8), 1–14.
- Salsyabila, & Fadilla, (2022). Pengaruh promosi penjualan dan e-service quality terhadap loyalitas pelanggan marketplace shopee. *Kinerja*, 18(4), 563– 571. <https://doi.org/10.30872/jkin.v18i4.10194>
- Sari, (2021). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee ( Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya ) Marsudi Lestariningsih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi

- Indonesia ( Stiesia ) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*,10(Mei),17.
- Siboro, & Suhardi. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Tokopedia di Batam. *Jurnal Ekuivalensi*, 6(1), 118–132.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Suntani, Politeknik, Bandung, & Sitasi, (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *WidyaCipta*,2(2),247–254.  
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Yani, & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan , Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee. *Sinomika Journal*, 1(3), 443–472.
- Yanto, & Herman, (2020). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Tiga Benua. *Jurnal EMBA*, 8(3), 103–112.
- Yuniarta, & Wulandari, (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 152.  
<https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11160>