

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, & Haryoko. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Cabang Cikokol Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(2), 280–286. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i2.4170>
- Akhmad Sudrajat. (2018). *Generasi Z dan Implikasinya terhadap Pendidikan*.
- Atmojo, & Widodo. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Loyalty melalui E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tiket.com. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 133. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v13i1.5092>
- Ayu, & Lahmi. (2020). Jurnal Kajian Manajemen Bisnis. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(September), 114–123. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>
- Bayu dkk. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 2020.
- David Stillman, & Stillman, J. (2018). *Generasi Z Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Elizabeth T. Santosa. (2015). *Raising Children in Digital Era*. Elex Media Komputindo.
- Fathurahman, & Sihite. (2022). Effect of Promotion , Brand Image , and Product Quality on Re-Purchase Interest Through Customer Satisfaction As Intervening on Erigo Apparel Products. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 621–631.
- Haria, & Mulyandi. (2019). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION PADA PENGGUNA APLIKASI MOBILE Abstrak PENDAHULUAN Internet merupakan salah satu bukti perkembangan teknologi saat ini , dengan adanya internet pencarian informasi dan aktivitas sehari-hari dapat dilakukan. *Prosiding Seminar Dan Lokakarya Kualitatif Indonesia 2019*, 135–140. <https://doi.org/10.33510/slki.2019>.
- Helen Chou Pratama. (2012). *Smart Parenting*. PT. Visi Anugerah Indonesia.
- Jannah dkk. (2019). The influence of product quality and promotion on customer satisfaction and its impact on customer loyalty PT. Mahakrya Sejahtera Indonesia. *Prosiding The 3rd Konferensi Internasional Tentang Akuntansi, Bisnis & Ekonomi*, 7, 201–206.
- Jayanti dkk. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan, Komunikasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek. *Jurnal*

Ekonomi, 13(1), 32.

- Kurniawati dkk. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11159>
- Lengkey dkk. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Pln Mobile Pelanggan Pt.Pln (Persero) Unit Layanan Pelanggan Tomohon. *Jurnal EMBA*, 4(5), 62–71.
- Leonardo dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1721–1730.
- Mediti. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1290. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1290-1300>
- Pasaribu dkk. (2022). The effect of e-commerce service quality on customer satisfaction, trust and loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1077–1084. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.8.001>
- Pratiwi, & Maulana. (2021). Pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada marcella Moslem Gallery Karawang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(1), 1696–1706. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Putra. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Paket Tour Pada Travel Mahatalla Graha Tour Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(4), 300. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i4.3968>
- Rahmawati, & Tuti. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan the Koffee Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(1), 6.
- Ronsumbre, & Telagawathi. (2022). Pengaruh Promosi dan E-servqual Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Online di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Tahun 2019). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 17–23.
- Sahara, & Prakoso. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177, 1–11.

- Sajidah, & Aulia. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Grabfood. *ProBank*, 6(2), 179–191. <https://doi.org/10.36587/probank.v6i2.1019>
- Saraswati, & Indriani. (2021). Effect E-Service Quality on Customer Satisfaction and Impact on Repurchasein Lazada Indonesia’s Online Selling in the City of Semarang. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 5(3), 1203–1215. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Sari, & Mayasari. (2022). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO GROSIR TIRTA YASA KECAMATAN BANJAR. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 108–115.
- Sasongko. (2021). FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
- Siregar dkk. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan. *Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat*). *SOSEK*, 3(1), 1–9.
- Suharsono, & Sari. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.28>
- Surahman dkk. (2020). The Effect of Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in Tourism Villages in Badung Regency. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 7(1), 46–52. <https://doi.org/10.22225/jj.7.1.1626.46-52>
- Suryani, & Lestari. (2020). Pengaruh Website Quality, Trust, Dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Pada E-Commerce Pengguna Situs shopee.co.id. *TIERS Information Technology Journal*, 1(2), 34–43. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/tiers>
- Susanti dkk. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Forwarding Di Jakarta. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, 1(1), 1–10. <https://ejournal.jic.ac.id/ideb/>
- Tambusai dkk. (2019). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Dan E-Customer Loyalty. *Jurnal Profit*, 13(02), 72–79. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2019.013.02.8>
- Widya, & Elisabet. (2022). Pengaruh E-service quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-commerce di Kalimantan Barat. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 939–951.

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce>

Yanto, & Anjarsari. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce (Studi Kasus Pengguna Toko Online Shopee). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 1–13.
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/1319>

Yuliana, & Purnama. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada PO. Titian Mas Cabang Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 165–170.
[http://repository.stei.ac.id/6608/%0Ahttp://repository.stei.ac.id/6608/3/BAB II.pdf](http://repository.stei.ac.id/6608/%0Ahttp://repository.stei.ac.id/6608/3/BAB%20II.pdf)

