

DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, Nur. (2018). Pengaruh Keamanan, Reputasi, dan Pengalaman Terhadap Trust Pengguna Internet Untuk Bertransaksi Secara Online. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 1(2), 58–65. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v1i2.7256>
- Aldatya, R., Suharyati., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Citra dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pada E-Commerce Shopee. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2, 1709–1725. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1170>
- Alma, Buchari. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Amulya, Uppala. (2019). Mediating Roles of Customer Experience on E-Loyalty. *Ushus-Journal of Business Management*, 18(4), 41–54. <https://doi.org/10.12725/ujbm.49.4>
- APIII. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. <https://apji.or.id/gudang-data/hasil-survei>. Diakses pada 16 Januari 2023.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Azmi, M. W., & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Online Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pembelian Elektronik di Marketplace Shopee). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 10(1), 1610–1618. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1610-1618>
- Bunyamin. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Chandra, S., Rizan, M., & Aditya, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(3), 625–635. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.02>
- Degengard, J. (2022). Forecast Of The Number Of Internet Users In Indonesia From 2013-2028. <https://www.statista.com/forecasts/1144747/internet-users-in-indonesia#:~:text=The%20number%20of%20internet%20users,269.09%20million%20users%20in%202028>. Diakses pada 3 Januari 2023.
- Dinata, Andhika. (2023). Kadence International Beberkan Hasil Riset E-Commerce Indonesia Paling Terpercaya. <https://www.gatra.com/news-563275-teknologi-kadence-international-beberkan-hasil-riset-e-commerce-indonesia-paling-terpercaya.html>. Diakses pada 10 Maret 2023.

- Diyanti, S., Yuliniar., & Suharyati. (2020). Customer Experience, Kepuasan Pelanggan, dan Repurchase Intention Pada E-Commerce Shopee. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2, 677–689. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1129>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Feroza, M., Muhdiyanto., & Diesyana, A.P. (2018). Creating E-Loyalty on Online Shopping Transaction Through E-Service Quality and E-Trust. *Muhammadiyah International Journal Economics and Business*, 1(1), 39–45. <http://journals.ums.ac.id/index.php/mijeb>
- Fitria, H., Kurniullah, A. Z., & Butarbutar, M. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Giao, H. N. K., Vuong, B. H., & Quan, T. N. (2020). The Influence of Website Quality on Consumer's E-Loyalty Through The Mediating Role of E-Trust and E-Satisfaction: An Evidence From Online Shopping in Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(2), 351–370. [10.5267/j.uscm.2019.11.004](https://doi.org/10.5267/j.uscm.2019.11.004)
- Google Play Store. (2023). Rating dan Ulasan E-Commerce Bukalapak. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bukalapak.android&hl=id>. Diakses pada 13 Januari 2023.
- Google, Tamasek, Bain & Company. (2022). e-Conomy SEA 2022 Indonesia. https://economysea.withgoogle.com/intl/id_id/home/. Diakses pada 17 Januari 2023.
- Griffin, J., (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., & Butarbutar, M. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Hamid, R.S., & Anwar, S.M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hutahean, Wendy Sepmady. (2018). *Dasar Manajemen*. Malang: Ahlimedia Press.
- iPrice. (2022). Peta E-Commerce Indonesia. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. Diakses pada 3 Januari 2023.
- Islam, K. S., Hs, R., & Dakwah, M. M. (2022). Pengaruh Customer Experience dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Pada E-Commerce Lazada di

- NTB. *Unram Management Review*, 2(3), 60–67. <http://urgentrev.unram.ac.id/index.php/Identification/article/view/241>
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kamath, Akshatha. (2022). Industry Study: eCommerce in Indonesia and How Tokopedia Boosts First Time Conversions by 20%. <https://www.moengage.com/blog/industry-study-ecommerce-in-indonesia-and-how-tokopedia-boosts-first-time-conversions/>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2023.
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller di Bukalapak). *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1204–1213. <https://doi.org/10.35313/irwns.v10i1.1463>
- Kasih, S. S., & Moeliono, N. N. K. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Sorabel di Bandung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(4), 780–791. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principle of Marketing. Seventeenth Edition*, Pearson Educated Limited, United Kingdom.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management: 3rd edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M. Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Magement. 4th European Edition*. Pearson Education Limited.juan
- Kristianti, Maria Mia. (2022). Analisis Pengaruh Ethical Marketing, Customer Experience, Servqual Terhadap Customer Trust, Customer Engagement, Customer Loyalty UMKM Online. *Prosiding Seri Seminar Nasional IV*, 2(1), 271–282. <https://doi.org/10.24912/pserina.v2i1.18543>
- Lemke, F., Clark, M., & Wilson, H. (2006). *What Makes a Great Customer Experience*. The Henley Centre for Customer Experience.
- Malhotra, Naresh. K. (2020). *Marketing Research. Seventh Edition, Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mulyono, S. H., & Djatmiko, T. (2018). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction di Tokopedia. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1843–1848. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>

- Oktaviani, N., Astuti W., & Firdiansjah, A. (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pembentukan Komitmen Pelanggan dan E-WOM Pada Pengguna Aplikasi E-Money “OVO”. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 93–112. [10.25105/jmpj.v12i1.3757](https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3757)
- Pradnyaswari, N. P. I., & Aksari, N. M. A. (2020). E-Satisfaction dan E-Trust Berperan Dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pada Situs E-Commerce Blibli.com. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2683–2703. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p11>
- Pramesti, N. W., & Suyanto, S. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia Tahun 2018). *E-Proceeding of Management*, 6(1), 182–188. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>
- Prasetio, A., Ashoer, M., & Simarmata, J. H. J. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis.
- Pratama, Rheza. (2020). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish
- Purwati, M., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna E-Commerce Bukalapak). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 310–320. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34754>
- Quan, N. H., Chi, N. T. K., Nhung, D. T. H., Ngan, N. T. K., & Phong, L. T. (2020). The Influence of Website Brand Equity, E-Brand Experience on E-Loyalty: The Mediating Role of E-Satisfaction. *Management Science Letters*, 10, 63–76. [10.5267/j.msl.2019.8.015](https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.015)
- Rafiah, Kurnia Khafidatur. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja Melalui E-Commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46–56. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Rahmawati, A., Sugandini, D., & Istanto, Y. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Attitude Loyalty dan Behavioral Loyalty Dimediasi oleh Emotional Experience Pada Pengguna Mobile Application Shopee (Studi Kasus di Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 8(3), 879–900. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/download/36740/35409>
- Ramadhana, Dhika Prasetya. (2019). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna E-Commerce Shopee). http://eprints.uny.ac.id/66538/1/DhikaPrasetyaRamadhana_15808144013.pdf

- Ranjbarian, B., Fathi, S., & Rezaei, Z. (2012). Factors Influencing on Customer's E-Satisfaction: A Case Study from Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(9), 1496–1511. ijcrb.webs.com
- Rianto, M. I., & Hapsari, R. D. V. (2022). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Trust Terhadap Loyalitas E-Commerce. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 156–166. <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/37>
- Rianto, M. I., & Hapsari, R. D. V. (2022). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Trust Terhadap Loyalitas E-Commerce. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 156–166. <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/37>
- Rintasari, D., & Farida, N. (2020). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pengguna Situs E-Commerce C2C Shopee di Kabupaten Sleman). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(4), 539–547. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28803>
- Rizal, Achmad. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. A. (2021). *Management*. 15th edition, Global Edition. Essex: Pearson.
- Romindo., Muttaqin., & Saputra, D. H. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Setyoparwati, Indirasari Cynthia. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119. <https://doi.org/10.31955/mea.v3i3.165>
- Simanjuntak, D. C. Y., & Purba, P. Y. (2020). Peran Mediasi Customer Satisfaction Dalam Customer Experience dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(2), 171–184. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Sofiani, M., Sulhaini., & Sagir, J. (2022). Pengaruh Online Shopping Experience Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Shopee dengan Customer Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 11(2), 120–134. <http://jmm.unram.ac.id/index.php/jurnal/article/view/711>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sule, E. T., & Saefullah, K. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenadamedia Group

- Suryana, P., & Haryadi, M. R. (2019). Stores Atmospher and Promotion On Customer Satisfaction and Its Impact On Customer Loyalty. *Journal Unpas: Trikonomika*, 18(1), 30–34. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v18i1.1255>
- Syahnur, M. H., Basalamah, J., & Gani, A. A. (2020). Customer Experience Factor Analysis Towards Customer Satisfaction Online Shopping. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 18(2), 83–94. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v18i2.3822>
- Tanjung, R., Mawati, A. T., & Ferinia, R. (2021). *Organisasi dan Manajemen*. Yayasan Kita Menulis.
- Terry, G. R., & Rue, L. W, terjemahan Ticoalu, G. A. (2019). *Dasar – Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tobagus, Anita. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna di Situs Tokopedia. *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Arsitektur Usakti*, 6(1), 1–10. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6459>
- Top Brand Award. (2022). Top Brand Indeks Situs Jual Beli Online. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2022&category=retail. Diakses pada 20 Januari 2023.
- We Are Social. (2022). Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>. Diakses pada tanggal 3 Januari 2023.
- Yulian, T. D., Moko, W., & Mugiono. (2022). E-Commerce Fashion in Surabaya City: How E-Shopping Experience Affects E-Loyalty By Moderating E-Trust and E-Satisfaction. *Internasional Journal of Research in Business and Social Science*, 11(9), 24–34. <https://www.ssbfnct.com/ojs/index.php/ijrbs>
- Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The Effect of The Online Customer Experience on Customer Loyalty in E-Retailers. *Internasional Journal of Advanced Engineering, Management, and Science*, 6(5), 208–214. <http://journal-repository.com/index.php/ijaems/article/view/2047>