

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. A., & Djatmiko, T. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty pada Lazada.co.id. *E-Proceeding of Management*, 3(1).
- Al-Ardi, A. N., & Yulisetiarni, D. (2018). The Effect of Lazada Website Quality to Satisfaction and Consumer Loyalty. *International Journal of Research Science & Management*, 5(10).
- Al-dweeri, R. M., Obeidat, Z. M., Al-dwiry, M. A., Alshurideh, M. T., & Alhorani, A. M. (2017). The Impact of E-Service Quality and E-Loyalty on Online Shopping: Moderating Effect of E-Satisfaction and E-Trust. *International Journal of Marketing Studies*, 9(2), 92. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n2p92>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Andika, B. (2016). *Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalitas Pelanggan Lazada Studi Kasus Masyarakat Kota Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Aryadita, H., Widyastuti, D. A., & Wardani, N. H. (2017). Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 10(1).
- Awaliyah, S. A., & Saino. (2017). Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Online (Studi pada DKPOP Shop). *E-Proceeding of Management*, 4(3).
- Batlajery, S., & Alfons, M. (2019). Analysis Of The Effect Of Public Relation And Sales Promotion On Decision Making Processes For Buying Water Refills In Merauke. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 10(3).
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective* (8th Editio). Pearson Education.
- Christian, R. P., & Mananeke, L. (2016). Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bpjs Di Rsud Sam Ratulangi Tondano. *Jurnal EMBA*, 121(2), 121–132.
- Desti Dirnaeni, SE., M. (2020). Promosi, Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Shopee Pay. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma*.

- Feriandy, S. (2018). *Bonus Palsu Lazada*. Mediakonsumen.Com.
<https://mediakonsumen.com/2018/11/17/surat-pembaca/bonus-palsu-lazada>
- Fleming, N. (2016). *The Customer Loyalty Loop: The Science Behind Creating Great Experiences and Lasting Impressions* (Fisrt Edit). Career Press.
- Furkonudin, S., & Darmanto, E. (2016). Evaluasi KUalitas Layanan Website E-Commerce blibli.com Menggunakan Metode Webqual 4.0 terhadap Keputusan Pembelian Online. In *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2016*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Giao, H. N. K., Vuong, B. N., & 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.
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2019.11.004>
- Hanifati, U., & Samiono, B. (2018). Analisis Pengaruh Website Quality Dan Ewom Terhadap Purchase Decision Melalui Online Trust Pada Situs Tiket Travel Dan Reservasi Hotel Online Di Indonesia (Studi Kasus Pada Traveloka.Com, Tiket.Com Dan Pegipegi.Com). *Jurnal TRANSformasi*, 2(1).
- Indriyani, F., & Helling, L. S. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Website, Kepercayaan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia Furi*. 3(3), 2930–2937.
- Iprice. (2018). *Peta E-Commerce Indonesia*. Iprice.Co.Id.
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi Ke 1). Erlangga.
- Kuswiratmo, B. A. (2016). *Keuntungan&risiko menjadi Komisaris, Direktur, dan Pemegang Saham*. Visimedia Pustaka.
- Lundy, J. (2017). *Ad,Follow,Or Get Out Of The Way*. Avan Book.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Mitra Wacana Media.

- Maskur, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 212–221.
- Mursyid, G. M. (2018). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris Pada Pelanggan Foto Studio 26 Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Myilswamy, K. (2016). Digital Economy. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 3(3).
- Nugroho, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Lazada Express Saat Harbolnas Di E-Commerce (Studi pada Pengguna Lazada.co.id di Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193–212. <https://doi.org/10.18196/mb.9262>
- Prasad, J. (2018). Impact of Service Quality on Customer Loyalty in Indian Banking Sector in Odisha. *Industrial Engineering and Management, College of Engineering and Technology, Bhubaneswar, India.*, 4(2).
- Priansa, D. . (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Alfabeta.
- Reza, F. (2016). Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.Co.Id. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 64–74. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol4n1.6>
- Riyadi, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Situs Web Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris Pada Lazada, Shopee. co. id dan Bukalapak)* [Universitas Muhammadiyah Magelang]. <http://eprintslib.ummgl.ac.id/1535/>
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425–444. <https://core.ac.uk/download/pdf/228321917.pdf>

- Satryawati. (2018). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas*. Universitas Mohammad Husni Thamrin Jakarta.
- Septiana, N. A., & Nosita, F. (2020). E-Servqual, Promosi Dan Loyalitas Pelanggan Marketplace. *Journal of Applied Business Administration*, 4(1), 38–44. <https://doi.org/10.30871/jaba.v4i1.1937>
- Sidabutar, I. C. (2020). *Pengaruh Kepuasan Pengguna Fitur Shopee Paylater Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Universitas Sumatera Utara.
- SimilarWeb. (2018). *Official Measure of the Digital World*. Similarweb.Com. <https://www.similarweb.com/>
- Sudarso. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan* (Edisi 1). Deepublish.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suwarsito, S., & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan Dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27–35. <https://doi.org/10.33557/jibm.v3i1.826>
- Syukriyah, I. (2020). *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Engaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Produk Intervening Pada Pembelian Produk Fashionmuslimmelalui Marketplace Ashionm*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Andi.
- Tobagus, A. (2018). *Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Pengguna Aplikasi Di Situs Tokopedia*. 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.33510/slki.2019.135-140>
- Tumini, & Pratiwi, M. D. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Otobus Akas Iv Probolinggo. *Unej E-Prociding*, 286–300.
- Waskita, I. A. (2016). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(9).
- Wijaya, A. (2016). *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*. Sinar Grafika.