

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, H. (2018). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arianto, N. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Astuti , M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublisher.
- Bunyamin. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Literasi Nusantara Abad.
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublisher.
- Darmanto. (2016). *Manajemen Pemasaran untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublishing.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2015). *Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Fatihudin , D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitriani, A. (2018). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Pengguna E-Commerce Shopee). *Repository Universitas Diponegoro, Vol. 6, No. 35*
- Gemilang, I., & Soesanto, H. (2021). *Diponegoro Journal Of Management* volume 10 Nomor 2, 2337-3792.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2016). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Irawan , B., Sani, I., Febrian, D. W., Setiawan, Z., Abdulla, A., Wasil, M., et al. (2023). *Konsep Dasar E-Business*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2018). *Marketing Management*, 15th Edition New. Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kusmita, A. C., & Saryadi, N. F. (2021). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap Online Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction (Pada Mahasiswa S1 Fisip Yang Pernah Berbelanja Di Lazada). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. X, No. 3* , 1307-1318.
- Laksana, M. F. (2021). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: Al Fath Zumar.

- Noor, Z. Z. (2020). *Manajemen Pemasaran Strategik Dijlengkapi dengan Kasus-kasus bidang Bisnis dan Sektor Publik*. YogyakartaL: Deepublisher.
- Pramuditha, R., Hidayah, S., & Indriastuti, H. (2021). pengaruh Service Quality, E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Konsumen(Studi pada Konsumen Marketplace Shopee di Kalimantan Timur). *Jurnal Sketsa Bisnis, Vol.08 No. 02*, 123-134.
- Qomariah, N. (2021). *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung: Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, Dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai*. Pustaka Abad: Jember.
- Prayitno, S. (2018). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Terpadu. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Priansa, D. J. (2018). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ranjbarian, B., Fathi, S., & Rezaei, Z. (2022). *Digital Business and E-Commerce Management Strategy*. In Implementation and Practice Sixth Edition. Pearson..
- Reza, H. K. (2017). *Electronic Payment*. Wiyata Bestari Samasta: Cirebon.
- Saleh , M. Y., & Said, M. (2019). 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Sah Medi.
- Sjahputra, I. (2021). *Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik : Ditinjau dari perspektif hukum perlindungan konsumen dan hukum siber*. Jakarta: Alumni.
- Solihin, D., & Ahyani. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Disrupsi Bisnis, Vol. 6, No.4*, 431-445.
- Sugiyono. (2018). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Edisi ketujuh. Yogyakarta : Andi.
- Torang, S. (2016). *Organisasi dan Manajemen (Perilaku, Struktur, Budaya, dan Perubahan Organisasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Uzir, M. H., Hamid, A. B., & Abdul, A. S. (2021). *Brand Loyalty in Bangladesh: Customer Satisfaction, Brand Trust, Social Media Usage in Electronic Home Appliances*. Partridge Publishing Singapore: Singapore.
- Valentina, R. A. (2020). Pengaruh E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Dengan Trust Sebagai Variable Intervening Pada Aplikasi Fintech OVO. *Jurnal Strategi Pemasaran*.