

DAFTAR PUSTAKA

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Piksi Ganesha, P. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(2). Diambil dari [https:// drive. google. com / file/ d/1zenkaUEWpA8lw6m31EhajoBZ8-FhL8mG/view](https://drive.google.com/file/d/1zenkaUEWpA8lw6m31EhajoBZ8-FhL8mG/view)
- Aisyah, A. P., Nurhaepi, H. D., Khaerani, N., & Kusumadinata, A. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Karimah Tauhid*, 1(6). Diambil dari <https://ojs.unida.ac.id/karimah-tauhid/article/view/7699/3573>
- Aisyah, S., & Rasmewahni. (2020). *Pengaruh Transaksi Online Shopping, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce*. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(2).
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-Commerce: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Andriyanto, A., & Nugroho, D. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: ABC.Com)*. *Jurnal Logistik Bisnis*, 6(2). Diambil dari <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/logistik/article/download/83/61>
- Anwar, M., & Purwanto, E. (2017). *Analisis Loyalitas Pelanggan E-Commerce Di Surabaya*. *E-Journal Upnjatim*. Diambil dari <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/mebis/article/view/802>
- Chan, S. (2012). *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut (PT Gramedi)*. Riau.
- Fatin, F. (2018). *Analisis Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam Banda Aceh)*. Universitas Islam Negeri AR-RANIRY Banda Aceh.
- Filemon, T., Iranita, & Suprihartini, L. (2020). *Pengaruh Bauran Promosi dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tanjungpinang Timur*. *Student Online Journal (SOJ) UMRAH-Ekonomi*, 1(1). Diambil dari <https://soj.umrah.ac.id/index.php/SOJFE/article/view/204>
- Fitria, N. S., Rahayu, K. R., & Daris, Z. (2019). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang)*. *JIAGABI*, 8(3).

- Gabriella, I. S. (2017). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Timur Kantor Cabang Sendawar Kutai Barat)*. Universitas Sanata Dharma.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gugun, G. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Bank BCA KCU Dago Bandung)*. Universitas Winaya Mukti Bandung.
- Hanapi, A., & Arianto, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada CV RJ Depok*. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 1(1).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya.
- Indrayani, T. I., & Helmi, P. A. (2016). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Speedy PT. Telkomsel Indonesia (Telkom) Tbk. Kandatel Sumbar*. *Jurnal Benefia*, 1(2).
- Jony, W. (2012). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p06>
- Kalakota, R., & Whinston, A. B. (2012). *Electronic Commerce: A Manager's Guide*. Harlow, England: Addison-Wesley: Reading Mass.
- Karim, D., Sepang, J. L., & Soepeno, D. (2020). *Pengaruh Relationship Marketing Dan Suasana Kafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Kopi Billy Kawasan Megamas*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.27361>
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing (Edisi 7)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12)*. Jakarta: PT Indeks.

- Laudon, K. C., & Carol, G. T. (2012). *E-Commerce: Business Technology, Society*. New Jersey: Pearson Education.
- Lisa, J. C. P. (2020). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Patene di Makassar*. *Jurnal Manajemen Maranath*, 20(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.28932/jmm.v20i1.2812>
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Natalia, R. S., Rudy, S. W., & Raymond, C. K. (2022). *Analisis Pengaruh Relationship Marketing, Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Net Coffee N Resto Langowan)*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.44392>
- Nawawi, H. H. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif* (Cetakan 9). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nurfina, O., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). *Analisis Pengaruh E-Commerce Strategy, Service Performance Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Garuda Online Shop Airlines)*. *Journal of Management*, 2(2).
- Nurisa, A. E. P. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Yang Dirasakan Pelanggan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Kafe Malabar, Jawa Timur)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Pranomo, D. ., Haryono, A. T., & Warso, M. M. (2016). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Bmt Bina Umat Sejahtera Lasem)*. *Journal of Management*, 2(2).
- Purbo, O. W. (2013). *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Saputra, O. (2020). *Pengaruh Kepuasan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim Pada Toko Inten Desa Pagar Dewa Kecamatan Kelam Tengah Kabupaten Kaur*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Diambil dari [http://repository.iainbengkulu.ac.id/6180/1/SKRIPSI OGI SAPUTRA.pdf](http://repository.iainbengkulu.ac.id/6180/1/SKRIPSI%20OGI%20SAPUTRA.pdf)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrial, Hasan, L. D., Musawantoro, M., & Zainal, F. A. (2020). *Effect of Online Marketing (E-Commerce) Activities to the Advantages of Competing Traditional Culinary Products in South Sulawesi*. *Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 2(1). Diambil dari [http://repository.poltekiparmakassar.ac.id/454/1/JOURNAL - Effect of Online Marketing %28E-Commerce%29 Activities to the Advantages of Competing Traditional Culinary Products in South Sulawesi.pdf](http://repository.poltekiparmakassar.ac.id/454/1/JOURNAL-E-Commerce-Activities-to-the-Advantages-of-Competing-Traditional-Culinary-Products-in-South-Sulawesi.pdf)
- Synathra, V., & Sunarti. (2018). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Tabungan BCA Kantor Kas Sawojajar Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(1).
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik (Edisi 2)*. Yogyakarta: Andi.
- Turban, Efraim, Judy, W., David, K., & Jon, O. (2017). *Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce*. Switzerland: Pearson Higher Ed USA. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0009-2509\(74\)80023-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0009-2509(74)80023-0)
- Widyanita, F. A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII Pengguna Shopee*. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*. Diambil dari [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/7821/JURNAL Fika Ayu Widyanita.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/7821/JURNAL_Fika_Ayu_Widyanita.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Wikastra, A. F. (2017). *Analisis Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank Mandiri KCP Muncul)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Yanti, M. D. (2020). *Pengaruh Relationship Marketing, E-Commerce Terhadap Loyalitas Peserta Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Peserta PT. Taspen (Persero) Cabang Tanjung Pinang*. *Journal (SOJ) UMRAH - Ekonomi*, 1(1).
- Cahyadi, L. and Cahyadi, W. (2023) 'The influence of transactional leadership style and transformational on organizational commitment with compensation as a moderating variable', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(2), p. 845. doi:10.29210/020231736.

Cahyadi, W., Aswita, D. and Ningsih, T.Z. (2022) 'Analysis of The Development of Non-Cognitive Assessment Instrument to Support Online History Learning in Jambi City High School', *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(3), pp. 3265–3274. doi:10.35445/alishlah.v14i3.2044.

Candrasa, L. and Cen, C.C. (2022) 'The Effect Of Teacher Teaching, Learning Methods And Students Perceptions On The Student's Learning Achievement In Medan City', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(4), pp. 449–456. doi:10.29210/020221737.

Sinaga, E.M. (2022) 'The Influence Of Price On Purchase Decision With Quality Of Service As Intervening Variable (Case Study On Customer Outlet Distributor Of XL AXIATA Products PT. Akses Lintas Nusantara Kota Tebing Tinggi)', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(4), pp. 125–133. doi:10.29210/020221734.

WEBSITE :

Shopee. (n.d.). Diambil dari <https://shopee.co.id/>

