

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Triono, L. D. (2020). Fresh frozen fish consumer behavior: Effect of the mix and trust marketing on buying interest, purchase decision and customer satisfaction in E-commerce, silly fish Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 493(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/493/1/012041>
- Aisy RR. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Loyalty. *Jurnal Ekonomi*, 1(1), 1–160.
- Alimudin, A., Falani, A. Z., & Mayestino, A. M. (2022). *The Effect of Promotional Strategies Through Social Media Marketing on Sales Volume of Micro Small and Medium Enterprises Post-Covid-19 Pandemic*. 5(4), 1–9.
- Ambarwati, R. D., & Pradana, M. (2020). The effect of free shipping and online customer review on purchasing decision at shopee. In *e-Proceesings Randau* (Vol. 1, Issue 3).
- Anggita, M., & Trenggana, A. F. M. (2020). Pengaruh Customer Engagement Dan E-Service Quality Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Tiket.Com. *ProBank*, 5(1), 83–99. <https://doi.org/10.36587/probank.v5i1.570>
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember. *JSMBI ( Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia )*, 7(2), 137–156.
- Ayuni, R. F. (2019). the Online Shopping Habits and E-Loyalty of Gen Z As Natives in the Digital Era. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 34(2), 168. <https://doi.org/10.22146/jieb.39848>
- AZ, S. M. (2018). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO (Studi pada pengguna Motor Honda Vario di Kecamatan Muara Bulian). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18(1), 116. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v18i1.439>
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 3, 14–34. <https://osf.io/preprints/inarxiv/tc2fe/>
- Bisnis, I., & Informatika, D. A. N. (n.d.). *Kualitas layanan online*.

- Candra Irawan, I. (2020). Analisis e-marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 247. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1907>
- Cao, Y., Ajjan, H., & Hong, P. (2018). Post-purchase shipping and customer service experiences in online shopping and their impact on customer satisfaction: An empirical study with comparison. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(2), 400–416. <https://doi.org/10.1108/APJML-04-2017-0071>
- Covid-, D. E. P. (2021). *Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen*. XII(3), 365–372.
- Dagumbay, E. C. (2019). Coverage index of various communication platforms: a segmented approach to philippine university marketing. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(3), 287. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i3.1842>
- Ecobisma, J., No, V., Kedokteran, M., & Medan, M. (2016). *Jurnal Ecobisma Vol 3 No. 1 Jan 2016*. 3(1), 116–131.
- Fadhillah Budiarto, I., & Qomariah, N. (2020). THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, SERVICE QUALITY, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION (Study on Chicken Geprek Kang Ewok Bondowoso). *Ijccs*, x, No.x(x), 1–5.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram-e-journal.id/JIP/article/view/684>
- Gong, T., & Yi, Y. (2018). The effect of service quality on customer satisfaction, loyalty, and happiness in five Asian countries. *Psychology and Marketing*, 35(6), 427–442. <https://doi.org/10.1002/mar.21096>
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (n.d.). *MAYBELLINE DI KOTA PADANG*.
- H Kara, O. A. M. A. (2014). 濟無No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- Indra, H. (2017). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Dampaknya Terhadap Customer Loyalty Pada Perusahaan Jasa. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(2).

<https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i2.112>

- Indrayani, H., & Sunarto, S. (2019). Fandom: Strategi Komunikasi Pemasaran 3.0 Untuk Melanggengkan Fantasi Nasionalisme Melalui Olahraga. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(01), 015. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v5i01.1741>
- Isnain, M. A. (2014). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ONLINE RESERVATION TICKET TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ( Studi Kasus pada PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang ). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* 11, 11, 143–152. <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>
- Kecamatan, D. I., & Barat, S. (2013). *Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui*. 2(1), 1–13.
- Komang, N. (2020). 肖沉 1, 2, 孙莉 1, 2, 曹杉杉 1, 2, 梁浩 1, 2, 程焱 1, 2. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 3(2), 58–66. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Li, H., Liu, Y., & Suomi, R. (2009). Measurement of eservice quality: An empirical study on online travel service. *17th European Conference on Information Systems, ECIS 2009*.
- Liu, C., & Arnett, K. P. (2000). Exploring the factors associated with Web site success in the context of electronic commerce. *Information and Management*, 38(1), 23–33. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(00\)00049-5](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(00)00049-5)
- Lubis, M. S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Ophir, P. J. P. (2015). *Mediating Effect of Customer Value on Reputational Influence and Advertising of White Coffee Civets on Customer Words of Mouth (Wom) Behavior*.
- Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekonomika '45*, 5(1), 39–40.
- Lugra Agusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>
- Nasution, A. E., Pratami, L., Muhammad, P., & Lesmana, T. (2019). *Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*.

1(1), 165–173.

- NATSIR, K., & MIMI, M. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Apartemen Mediterania Garden Residence Di Jakarta Barat. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 164. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v2i1.1716>
- Prasetya, D. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Shopee*. [http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/98659%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/98659/1/Naskah Publikasi.pdf](http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/98659%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/98659/1/Naskah%20Publikasi.pdf)
- Rahmat, H. (2015). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Philips (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University). *Ecodemica*, III(1), 305–310. <https://doaj.org/article/700ed6e64b1941608a3db96cecf2ecd7>
- Rapitasari, D. (2016). Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cakrawala*, 10(2), 107–112. <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36>
- Researcher, Q. M. (2018). *Jack Ellingham Qualitative Market Researcher*.
- Rizky, A., Permata, A. Y. U., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2022). *MEDIASI ANTARA IKLAN DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA*.
- Sastra Millenium, A., Suardana, I. W., & Kusuma Negara, I. M. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike Rental Bananaz Bali. *Jurnal IPTA*, 9(1), 173. <https://doi.org/10.24843/ipta.2021.v09.i01.p17>
- Sheth, J. N., & Kellstadt, C. H. (1992). A Normative Model of Retaining Customer Satisfaction. *P.D Converse Awards Symposium, January 1994*, 2–19.
- Sidi, A. P. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Kedai Hj.S Jl. Kesumba Kota Malang). *Jurnal JIBEKA*, 12(1), 1–8.
- Sudirman, I. M. S. A. S., & Suasana, I. G. A. K. G. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, Dan Loyalitas Nasabah Internet Banking Di Kota Denpasar. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan*

*Manajemen Indonesia*, 1(4), 473–488. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i4.52>

Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 04(1), 49.

Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>

Trilestari, E. W. (2004). Keikutsertaan Masyarakat dalam Membangun Kualitas Pelayanan Publik. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 1(1), 1–15.

Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk ( Product Life Cycle ). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>

William G Zikmund. (2013). Business Research Methods. *South-Western College Pub*, 63.

Yusshinta, A., Alimudin, A., Purwanto, E. W., Suyono, J., & Elisabeth, D. R. (2020). Analysis of the effect of work discipline and reward on work performance through work motivation. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 59, 2664–2675.

Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>

لدى الذ فسي ل لصمود كمدخل الحكمة ت نم ية (2019). No Title م. س. و. ف. ث. أ. ال درس  
عقل يا الم ت فوق ين ال ثانوية الم لردلة طلاب □□□ □□ □ 4.

Alimudin, Arassy., Modul Perkuliahan:  
<https://www.youtube.com/watch?v=Vrh46oB4Pao>

<https://www.antaranews.com/berita/2444349/shopee-e-commerce-peringkat-teratas-di-indonesia>

<https://galajabar.pikiran-rakyat.com/jabar/pr-1083124603/inilah-jagoan-yang-kuasai-industri-e-commerce-indonesia-tahun-2021?page=2>

<https://bisnis.tempo.co/read/900135/riset-google-warga-surabaya-paling-banyak-belanja-online/full&view=ok>

[\(https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-seo/\)](https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-seo/)

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

<https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-email-marketing/#.Ypx7rqhBzrc>

