

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, J., & Chasanah, U. (2022). *Pemasaran Bisnis*. Expert.
- APJII. (2025). *Survei Penetrasi Internet Penggunaan dan Perilaku Internet*.
- Aryani, L., Pusporini, P., & Resti, A. A. (2024). Pengaruh Harga, Promosi Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi Grab. *Mbia*, 22(3), 524–538. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i3.2650>
- Atillah, A. R., Muhammad, N., & Syahreni, L. (2024). *Analisis Tingkat Adopsi Teknologi Digital dalam Model Blended Learning di Perguruan Tinggi di kota Makassar*. 02(September), 167–174.
- Databoks. (2024a). *Pangsa Pasar Shopee, TikTok Shop, hingga Blibli di Indonesia 2024*. <https://databoks.katadata.co.id/ecommerce/statistik/68629ac92be0b/pangsa-pasar-shopee-tiktok-shop-hingga-blibli-di-indonesia-2024>
- Databoks. (2024b). *Shopee Kuasai GMV e-Commerce di Asia Tenggara hingga 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/e-commerce/statistik/685d3cef5a751/shopee-kuasai-gmv-e-commerce-di-asia-tenggara-hingga-2024>
- Databoks. (2025). *Semrush*. <https://databoks.katadata.co.id>
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2023). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach Concept And Cases* (17th ed.). Pearson.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2020). *Business Essentials Business Essentials TWELFTH EDITION*. Pearson.
- Fanani, I., & Romlah, S. (2022). *Analisis Data Kuantitatif Dengan Program Ibm Spss Statistic 20.0* (Pertama). Deepublish.
- Google Playstore. (2025). *Review Pelanggan terhadap Aplikasi Tokopedia*.
- Hardisman. (2021). *Analisis Data dan Statistik Dasar dengan Program GNU-PSPP*. Bintang Pustaka Mandiri.
- Hidayat, R., & Mardiyana. (2024). Pengaruh promosi dan brand awareness terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen & Pemasaran*, 12(1), 20–38.
- Hikmah, N., & Ulfah, S. (2024). *Loyalitas Konsumen E-Commerce Shopee Berbasis Pengalaman Belanja Online*. 1(2).
- Ismanto, H., & Pebruary, S. (2021). *Aplikasi SPSS dan Eviews dalam Analisis Data Penelitian*. Deepublish.
- Ismi, R. N., & Abdilla, M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Restika. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 428–441.
- Jeremiah, A., & Tarigan, A. (2023). Pengaruh Promosi, Gamifikasi, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Aplikasi Shopee.

- Jurnal Disgismantech*, 3(1), 48–65.
<http://dx.doi.org/10.30813/digismantech.v3i1.5216>
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2024). *Principles and Practice of Marketing*. McGraw-Hill Education.
- Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (eight edit). CENGAGE.
- Kartini, I., Wibowo, E. W., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen berdampak loyalitas dalam berbelanja online pada shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 57–66.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i1.423>
- Kholik, A., Maulida, S., Suganda, A. D., Hanika, I. M., Ismainar, H., Muniarty, P., Marlina, H., Febrianty, Merung, Y. A., Nufus, H., & Nurhayati. (2020). *Perilaku Konsumen Ruang Lingkup dan Konsep Dasar*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Khurniasari, E., & Rahyadi, I. (2021). The Effect Of E-Crm And Technological Innovation Toward Customer Loyalty : A Mediation Effect Of Customer Experience On. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(22).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (sixteenth). Pearsin.
- Kotler, P., Keller, K. L., Mairead Brady, M., & Guudman, T. H. (2016). Marketing Management. In *Angewandte Chemie International Edition* (Vol. 6, Issue 11).
- Kovacheva, A., Nikolova, H., & Lamberton, C. (2020). Consumers' response to promotional gifts: The role of gender, transactional value, and reciprocity. *Psychology & Marketing*. <https://doi.org/10.1002/mar.21434>
- Krisna, I. P. D., Wijayanti, M., & Dhaarmanto, A. (2025). *Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada gadget di e-commerce tokopedia (studi kasus pada mahasiswa program studi manajemen universitas bhayangkara jakarta raya)*. 3(3), 183–196.
- Kristina, N., & Harris, I. (2020). *The Technology Acceptance Model of Mobile Payment Usage on Generation Z*. 11(November), 149–156.
<https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6394>
- Liana, P., Jaensson, J. E., & Mmari, G. (2023). Service quality dimensions as predictors of customer loyalty in mobile payment services : moderating effect of gender. *Future Business Journal*, 9(1), 1–15.
<https://doi.org/10.1186/s43093-023-00277-2>
- Lyna, & Ivon, S. P. (2021). Pengaruh Website Quality , Customer Experience , dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop Lazada di Kota Surakarta. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 53–63.
- Makbul, R. S., Lukitaningsih, A., & Ningrum, N. K. (2025). *Perceived ease of use dan perceived usefulness dalam loyalitas pelanggan : Efek mediasi customer*

- satisfaction pada mahasiswa pengguna aplikasi Gojek di Yogyakarta*. 5(1), 161–177.
- Mattia, G., Di Leo, A., & Principato, L. (2021). Online Impulse Buying and Cognitive Dissonance. In *Online Impulse Buying and Cognitive Dissonance*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-65923-3>
- Mofokeng, T. E. (2023). Antecedents of trust and customer loyalty in online shopping: The moderating effects of online shopping experience and e-shopping spending. *Heliyon*, 9(5), e16182. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16182>
- Muin, A. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Nastiti, H., A, J. G., & Pangestuti, D. C. (2023). Research in Business & Social Science Analysis of the customer ' s loyalty of the online transportation service Gojek. *International Journal Of Research Ini Business and Social Science*, 12(5), 17–29.
- Nishio, K., & Hoshino, T. (2024). Quantifying the short- and long-term effects of promotional incentives in a loyalty program: Evidence from birthday rewards in a large retail company. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81(January), 103957. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103957>
- Noor, Z. Z. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0* (Pertama). Deepublish Publisher.
- Nugraha, K., Arief, Abdinagoro, S. B., & Heriyati, P. (2023). *Consumer Blocking Effect Pada Calon Nasabah Bank Syariah Di Indonesia* (T. C. Kurniatun (ed.)). Indonesia Emas Group.
- Onsardi, & Putri, U. D. (2021). Dampak Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Loyalitas Konsumen Belanja Online di Lazada. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(2), 156–163.
- Pasaribu, F., Purnama, W. S., Bulan, T. R. N., & Astuty, W. (2022). International Journal of Data and Network Science. *International Journal of Data and Network Science*, 6, 1077–1084. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.8.001>
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada ECommerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 537–553. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jim.v1i2>
- Pitaloka, E. S. R., & Wati, K. M. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kemudahan Penggunaan , dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Go Food*. 2(2), 557–567.
- Pramesti, R., & Pratita, M. P. (2025). Pengaruh Gamifikasi , Promosi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Konsumen di Aplikasi Shopee (Survei pada Komunitas Shopee Games Indonesia). *JUPIMAN: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 4(3).

- Putri, H. A., & Albari. (2024). The Influence of TikTok Shop Service Quality on Consumer Loyalty Regarding Customer Satisfaction, Customer Trust, and Behavioral Intention. *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*, 3(3), 195–206. <https://doi.org/10.58344/jii.v3i3.4710>
- Rahayu, S., Almahdali, F., Setiawan, Z., Juliana, Mony, F., Diawati, P., Nefrida, Marhawati, Dharta, F. Y., Sidanti, H., Afifah, Marasabessy, A. I., & Holle, M. H. (2023). *Konsep Manajemen Pemasaran*. Nuta Media.
- Rahman, S., Fadrul, F., Yusrizal, Y., Marlyna, R., & Momin, M. M. (2022). Improving the Satisfaction and Loyalty of Online Shopping Customers Based on E-Commerce Innovation and E-Service Quality. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(1), 56–81. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.58783>
- Rinnarik, Pariyanti, E., Bakhri, S., Buchori, Sulastri, S., Dede, Mardiono, T., Sugiono, Gumanti, M., & Misubargo. (2021). *Ilmu Manajemen di Era 4.0 (Pertama)*. Penerbit Adab.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). Heliyon The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5, e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Sari, W. P., Mariah, & Agunawan. (2024). *Pengaruh Promosi Penjualan, Kepuasan Danpengalaman Berbelanja Onlineterhadapkeputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Institut Teknologidan Bisnis Nobel Indonesia*. 13(4), 447–460.
- Septanto, H., Hidayatullah, A., & Dirgantara, H. B. (2024). *Analisis Pengaruh Fitur User interface Ramah Pengguna Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan di Tokopedia*. 11(02).
- Sihombing, D. O., & Inda, S. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, Life Style, dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Shopee di Kota Batam Dika. *Jejak Artikel*, 5(2), 754–766.
- Sito Putri, R. R., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia melalui Trust sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 708. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p708-722>
- Smith, P. R., & Chaffey, D. (2017). Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. In *Educacao e Sociedade* (Fifth, Vol. 1, Issue 1). Routledge Taylor & Francis Group.
- Sugeng, B. (2020). Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Komunikasi Penelitian Kuantitatif Program Studi Jurnalistik & Humas*. Deepublish Publisher.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sulistiyowati, W. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (S.

- B. Sartika & M. T. Multazam (eds.). UMSIDA Press.
- Tjahjawan, I., & Syahnureza, T. (2024). *Analysis of Promotional Content on Marketplace Tokopedia and Bukalapak to Improve the Culture of Online Shopping*. 39(3), 385–403.
- Tokopedia. (2025). *Tokopedia Homepage*. www.tokopedia.com
- Ulpa, D. Y., Rizani, T., & Pratama, D. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Aplikasi Lazada Berbasis Mobile Dengan Metode Servqual. *JTSVI*, 2(1), 38–48.
- We Are Social. (2025). *Special Report Digital 2025*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Wibawa, T., & Wijaya, S. (2024). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(1), 95–105. <https://doi.org/10.35912/rambis.v4i1.3109>
- Wicaksana, G. P., Zaidan, A., Ratnaningtyas, L., Hidayat, T., Arista, N. A., Ni'matul Maula, N. M., Zein, Z. A., Windy, A., Nur'aini, K., Wahyu P, D. A., Ruky, S. D., Rachmawati, S., Ilma Nafiah, M. L., Salsabila, N. R., Annisa, S. N., Shavira, P., & Amalia, A. R. (2022). *Pemasaran Kewirausahaan Sosial dari Perspektif Teori* (1st ed.). Inara Publisher.
- Wicaksono, B., & Halimah, N. (2023). Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Aplikasi E-Commerce Tokopedia. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(6), 3989–3998.
- Windana, G. I., Irawati, T., & Fitriasih, S. H. (2022). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model Dalam Analisis Loyalitas Pengguna E-Commerce. *Jurnal TIKomSiN*, 10(1), 34–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.30646/tikomsin.v10i1.597>
- Witro, D., Nurjaman, M. I., Ayu, D., & Al-Rasyid, C. S. (2021). Kontestasi Marketplace di Indonesia pada Era Pandemi : Analisis Strategi Promosi Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli dalam Pemulihan Ekonomi Nasional. *OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(2).
- Yumna, T. A., & Almaidah, S. (2024). Peran Kepuasan dalam Memediasi Hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga pada Loyalitas Pelanggan di E-Commerce Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(9), 3791–3802. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i9.2717>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* (Seventh). Mc Graw Hill Education.