

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) : Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Ansori, M., & Iswati, S. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Avkiran, N. K., & Ringle, C. M. (2018). Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Recent Advances in Banking and Finance: International Series in Operations Research & Management Science. In *Springer*. Switzerland: Springer International Publishing AG.
- Ayu, D. P., & Sulistyawati, E. (2018). *Persepsi Nilai Pelanggan Memediasi Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Berbelanja Online*. 7(5), 2353–2379.
- Bimo, S. (2013). *Uji Outer Model pada PLS-Path Modeling*.
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu perilaku konsumen*.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Garg, P. K., & Singh, A. (2017). *A Study of The Customers Perceptions of E-service Quality and Loyalty in Online Shopping*. (3), 1941–1951.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213.

<https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>

- Hasan, M., Uddin, A., Alim, A., Azad, R., & Ali, B. (2020). *The Effects of Corporate Image , Service Quality , Consumer Satisfaction , and Perceived Value on Consumer Loyalty : A Field Experience*. 16(1), 160–176.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran* (D. S, ed.). Jakarta: Penerbit PT Grasindo, Anggota IKAPI, Jakarta.
- Hidayat, A. (2018). *PLS SEM: Pengukuran Kecocokan Model (Inner dan Outer)*. Retrieved from <https://www.statistikian.com/2018/08/pls-sem-pengukuran-kecocokan-model-inner-dan-outer.html#>
- Junaedi. (2019). *Loyalitas Pelanggan Pemasang Iklan Televisi Dalam Acara Tembang Pantura*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kamilullah, J., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shop Dalam Pembelian Produk di Toko XYZ. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya*, 2(7), 2660–2669.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Katadata.co.id. (2019). *Berapa pengguna internet di Indonesia?* Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. Inc.
- Kumar, R. (2011). *Research Methodology*. New Delhi: SAGE.
- Kurniawan, A. H., & Setiawan, Y. (2018). *Pemasaran Farmasi*.
- Kusdiby, L., & Februadi, A. (2019). *The Effect of Electronic Service Quality on Customers Satisfaction and Loyalty in Online Shopping The Effect of Electronic Service Quality on Customers Satisfaction and Loyalty in Online Shopping*. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/662/2/022036>
- Lailiyah, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Hijab Medyna Colletion Situs Shop Online*. 5, 1–15.
- Manggabarani, A. S., Astuti, M., Triwardhani, D., Marlina, L., Ardiana, D. P. Y., Rini, N. K., ... Pujiyanto, D. (2020). *Digital Marketing*. Bandung: WIDINA

BHAKTI PERSADA BANDUNG.

- Noor, J. (2015). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nurdin, I. (2019). *Kualitas Pelayanan Publik* (Luthfiah, ed.). Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Paerunan, V. R., Handayani, T., & Argo, J. G. (2020). Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi I*, 28(2), 250–250. <https://doi.org/10.4234/jjoffamilysociology.28.250>
- Purnama, R. A., & Andajani, E. (2020). *Pengaruh Servicescape Terhadap Customer Loyalty Restoran Limited Service Di McDonald's Surabaya*. 6(2), 157–176.
- Richie. (2020). *Goodness of Fit Model SEM PLS*.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Runiawati, N., Hermawati, R., Paskarina, C., & Widianingsih, I. (2017). *Kepuasan Pelanggan (Studi pada PDAM Tirtawening Kota Bandung)*. Cimahi: CV Sarana Multi Kreasi.
- Santoso, S. (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Seller.shopee.co.id. (2020). *Apa itu penilaian produk?* Retrieved from <https://seller.shopee.co.id/edu/article/467>
- Setiadi, N. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (FL Sigit). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah*, 2, 170–178.

Widayat, & Artika, S. Y. (2019). *Kualitas Situs Web, Kepercayaan, Kepuasan dan Loyalitas Pembelanja Muda di Toko Online*. 17(1).

Zhang, F., & Yang, Y. (2019). Effects of Online Bookstores' Perceived Quality on Consumer Loyalty: Consumer Satisfaction as a Mediator (Note 1). *International Journal of Business Administration*, 10(6), 32. <https://doi.org/10.5430/ijba.v10n6p32>