

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputri, S., & Wardana, I. (2019). *Antiseden Loyalitas Merek Pada Perusahaan Tokopedia.com*. 8(9), 5421–5441.
- Apriyani, T. (2020). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. [Online] tersedia pada: <https://yoursay.suara.com/news/2020/02/10/162614/pengaruh-e-commerce-terhadap-pertumbuhan-ekonomiindonesia?page=all>
- Belch, G. & Belch, M. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. McGraw Hill.
- Bilgihan, A. (2016). Gen y customer loyalty in online shopping: An integrated model of trust, user experience and branding. *Computers in Human Behavior*, 61, 103–113. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.014>
- Bilson, S. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2013). *Emarketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing* (Fourth Edi). Routledge.
- Christiana, R. (2019). *Strategi Shopee dalam Menarik Perhatian Pelanggan*. [Online] tersedia pada: <https://yoursay.suara.com/news/2019/12/10/131146/strategi-shopee-dalam-menarik-perhatian-pelanggan?page=2>
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Ghalia Indonesia.
- Eid, M. I. (2011). Determinants of E-commerce Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in Saudi Arabia. *Journal of Electronic Commerce Research*, 12, 78–93. <https://doi.org/10.2514/6.1993-3261>
- Fauzan, R. (2020). *Pengunjung Bulanan Shopee Capai 93 juta Orang, Geser Tokopedia*. [Online] tersedia pada: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200824/12/1282601/pengunjung-bulanan-shopee-capai-93-juta-orang-geser-tokopedia>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.

- Franedy, R. (2020). *Tokopedia Tergeser! Ini Dia Jawara e-Commerce Indonesia*. [Online] tersedia pada: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200824073330-37-181385/tokopedia-tergeser-ini-dia-jawara-e-commerce-indonesia>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Universitas Diponegoro.
- Hadi, P., Purwanto, E., & Khrisna, D. (2012). Antecedents of Trust and Its Impact on Loyalty : An Empirical Study on E-Commerce ' s Customer in Surabaya. *International Journal*, 2(2), 122–128.
- Halomoan, A. (2018). *Pengaruh Kepercayaan (Trust) dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop (pada Toko Jequeleen di Kota Medan)*.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hens, H. (2019). *Fitur Interaktif Jadi Andalan Shopee Raih Banyak Pelanggan*. [Online] tersedia pada: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4050420/fitur-interaktif-jadi-andalan-shopee-raih-banyak-pelanggan>
- Kartajaya, H. (2010). *Grow with Character: The Model Marketing*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasturi, D., Suharyati, S., & Nastiti, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *PERWIRA - Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 2.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th Edition). Pearson Education Inc.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing* (16th). Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Edition). Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education Inc.

Reyvi Aldatya, 2021

PENGARUH CITRA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PADA E-COMMERCE SHOPEE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Laudon, K. C. & Traver, C. G. (2014). *E-commerce 2014 : Business Technology, Society*. Pearson Education Limited.
- Liu, C. T., Guo, Y. M., & Lee, C. H. (2011). The effects of relationship quality and switching barriers on customer loyalty. *International Journal of Information Management*, 31.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Marliawati, A., & Cahyaningdyah, D. (2020). Impacts the Brand of Experience and Brand Image on Brand Loyalty: Mediators Brand of Trust. *Management Analysis Journal*, 9(2), 140–151. <https://doi.org/10.15294/maj.v9i2.36945>
- Muhamad, T., Simarmata, P., & Nastiti, H. (2020). Analisis Loyalitas Merek Pada Konsumen Minuman Kesehatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3), 213–224.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Kencana.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Lakbang Pressindo.
- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Stephani, G. (2018). The effect of online customer experience towards repurchase intention. *International Journal of Supply Chain Management*, 7.
- Pradana, Y. S. (2020). *Menelisik Tren Peningkatan Pengguna Internet di Indonesia*. [Online] tersedia pada: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/08/26/menelisik-tren-peningkatan-pengguna-internet-di-indonesia>
- Prama, N. (2019). *Catatan E-Commerce Indonesia Kuartal 2 2019: Shopee Salip BukaLapak*. [Online] tersedia pada: <https://nextren.grid.id/read/011857132/catatan-e-commerce-indonesiakuartal-2-2019-shopee-salip-bukalapak?page=all>
- Purwanda, E., & Wati, T. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Lazada Di Wilayah Bandung Timur). *Jurnal INTEKNA*, 18(2), 86–91.
- Rahman, A. (2010). *Panduan Pelaksanaan administrasi Perpajakan untuk Karyawan, Pelaku Bisnis, dan Perusahaan*. Nuansa.
- Rahman, A. (2015). *Misi Shopee di e-Commerce: ke Indonesia Lalu Kuasai Asia*. [Online] tersedia pada: <https://inet.detik.com/business/d-3054826/misi-shopee-di-e-commerce-ke-indonesia-lalu-kuasai-asia>

- Ramadhan, M. A. . (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online GOJEK di Kota Malang*. 4(September), 153–169.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, & Sopiah. (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (Jilid 2)*. Erlangga.
- Saputra, R., & Dewi, C. K. (2016). The impact of brand trust on brand loyalty mediated by customer satisfaction : Case of Tokobagus.com (now OLX . co . id). *Journal of Administrative and Business Studies*, 1(1), 8–13. <https://doi.org/10.20474/jabs-1.1.2>
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat.
- Sarjono, & Julianita. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2004). *Perilaku konsumen*. PT. Indeks Gramedia.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2007). *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks Gramedia.
- Sepasi.id. (2020). *E-commerce Lokal Terbukti Lebih Unggul, Gratis Ongkir Menarik Pembeli Selama PSBB*. [Online] tersedia pada: <https://sepasi.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-91852283/e-commerce-lokal-terbukti-lebih-unggul-gratis-ongkir-menarik-pembeli-selama-psbb?page=3>
- Styaningrum, A. J. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi kedua)*. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Topbrand-award.com. (2020). *Top Brand Award*. [Online] tersedia pada: www.topbrand-award.com
- Usman, & Sobari. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate untuk Riset Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.

- Utomo, I. W. (2017). *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). VIII.*
- Wulan, Suharyati, & Rosali. (2019). *Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shopee.* 6(1), 54–71. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i1.830>
- Yasyi, D. (2020). *Memprediksi Indonesia yang Bakal Jadi Jawara E-Commerce Dunia.* [Online] tersedia pada: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/07/12/menganalisis-prediksi-bahwa-indonesia-akan-jadi-jajaran-jawara-e-commerce-dunia>