

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen strategi pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ahn, T., Ryu, S., & Han, I. (2004). The impact of the online and offline features on the use acceptance of internet shopping malls. *ECRA 3 (Electronic Commerce Research and Applications)*, 3(4), 405-420 Diperoleh dari <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.105.6731&rep=rep1&type=pdf>
- Arikunto. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dharmmesta, B.S. & Irawan. (2011). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBS SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gomes, F. C. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Yogyakarta: ANDI.
- Gunawan, L & Kempa, S. (2016). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen sebagai variabel intervening di Toko Bintang Terang. *Agora*, 4(1), 424- 43. Diperoleh dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6514>
- Hananto, A. (2019, 25 Desember). Inilah platform-platform belanja online yang mendominasi Asia Tenggara. Diperoleh dari: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/12/25/inilah-platform-platform-belanja-online-yang-mendominasi-asia-tenggara>
- Handoko, L.P. (2016) The effect of product quality and delivery service on online customer satisfaction in zalora Indonesia. *Jurnal EMBA*, 4(1), 1189-1199. Diperoleh dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11876>
- Hartono, J. (2013). *Teori portofolio dan analisis investasi*, Edisi 8. Yogyakarta: BPF.
- Hedin, J., Jonsson, M., & Ljunggren, J. (2006). Delivery performance: How to define & measure delivery performance in a triadic relationship. (School of Management and Economic). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(7), 233-245. Diperoleh dari <https://www.semanticscholar.org/paper/Delivery-performance-%3A-How-to-define-a-measure-in-a-Hedin-Jonsson/0ac78ee66b72f37b695263b7d6f8b36e58a197c7>

- Heizer, J. & Render, B. (2006). *Operation management* (Alih bahasa: Dwianoegrahwati Setyoningsih, Indra Almahdy). Jakarta: Salemba Empat.
- Japarianto, E. & Agatha, F. (2017). Pengaruh brand trust terhadap customer loyalty dimediasi oleh customer satisfaction pada pengguna Shopee di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 1-10. Diperoleh dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10027>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran*, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Marketing management*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Manajemen pemasaran*. New Jersey: Pearson Education Inc. Prentice-Hall.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing management*, 12ed. New Jearsey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kredibel. (n.d.). Retrieved from Shopee. Diperoleh dari <https://www.kredibel.co.id/business/shopee.co.id>
- Mikael, H. (2016). Sistem operasional manajemen distribusi. Jakarta: PT. Grasindo.
- Mowen, J.C. & Minor, M. (2012). *Perilaku konsumen* (Alih bahasa oleh Dwi Kartika Yahya). Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, A.W. & Sudaryanto, B. (2013). Pengaruh kinerja layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang. *Journal of management*, 2(3), 1-9. Diperoleh dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/3200>
- Pahlawan, M.R., Laba A.R., Pakki, E., Hardiyono, & Nurlia. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan perusahaan daerah air minum (PDAM) Kota Makasar. *Journal of Businnes Administrasi*, 3(2) 228-244. Diperoleh dari <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/1560>
- Peter, J.P. & Olson, C.J. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwaningdyah, S.W.S., Saudi, M.H.M., Dora, M.Y., & Martri, D. (2018). The quality of service affect loyalty through customer satisfaction as intervening variables in Indonesian Zalora. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4), 299-301. Diperoleh dari https://www.researchgate.net/profile/Mohd_Mohd_Saudi/publication/330649552_The_Quality_of_Service_Affect_Loyalty_Through_Customer_Satisfaction_as_Intervening_Variables_in_Indonesian_Zalora/links/5c4bb55fa6fdc6d6b5c97b8f/The-Quality-of-Service-Affect-Loyalty-Through-Customer-Satisfaction-as-Intervening-Variables-in-Indonesian-Zalora.pdf

- Ristanto, W. (2017, 15 September). Shopee Indonesia raih penghargaan “The best in marketing campaign” (PCplus). Diperoleh dari: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/12/25/inilah-platform-platform-belanja-online-yang-mendominasi-asia-tenggara>
- Sangadji, E.M. & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Sakti, B.J. & Mahfudz, M. (2018). Analisis pengaruh kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada J&T Express kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 183-190. Diperoleh dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22343>
- Sarangih, M.G. (2016). Pengaruh E-service quality terhadap E-loyalty melalui E-satisfaction (Studi kasus pada pelanggan toko online Shopee di Kota Medan). *Jurnal Mantik Penusa*, 3(1), 190-195. Diperoleh dari <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik/article/download/141/96>
- Sedky, M., Alika, V.A., & Aldiansyah, P. (2020) Effect of customer based brand equity on customer satisfaction in Shopee Indonesia. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(6), 940-944. Diperoleh dari <https://ijisrt.com/assets/upload/files/IJISRT20JUN681.pdf>
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2009). *Research methods for business: A skill building approach*. United Kingdom: John Wiley and Sons.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina V., Magdalena, N., & Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS untuk smart riset*. Bandung: Alfabeta
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryabrata, S. (2005). *Pengembangan alat ukur psikologis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Service management mewujudkan layanan Prima*, Edisi 2 Yogyakarta: ANDI.
- Verhoef, P.C., Antonides, G., & Aalst, M. (2002). Consumer perception and evaluation of waiting time: A field experiment. *Journal of customer Psychology*, 2(3), 193-202. Diperoleh dari <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1057740802702349>
- Yamit, Z. (2013). *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yuniar, S.S., Arijanto, S., & Liansari, G.P. (2014). Usulan perbaikan kualitas pelayanan jasa pengiriman paket berdasarkan hasil pengukuran menggunakan metode service quality (Servqual) di PT. X. *Jurnal Institut Teknologi Nasional*, 2(2), 98-109. Diperoleh dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22343>

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2006). *Service marketing*. New York: The MC Graww-Hill Companies, Inc.

Ziaullah, M., Feng, Y., & Akhter, S.N. (2014). The influence of product quality and delivery service on e-trust and e-satisfaction in China. *International Journal of advancements in Reasearch & Technology*, 3(10), 20-3. Diperoleh dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0,5&q=the+influence+of+product+quality+and+delivery+service+on+e+trust#d=gs_qabs&u=%23p%3DQafRlfuYYyUJ

