

DAFTAR PUSTAKA

- Azrullah.(2020).Analisis Tingkat Kepuasan Jamaah Umroh Terhadap Pelayanan Prima di PT. Yamasa Tour & Travel Umroh dan Haji Surabaya. Jurnal Manajerial Bisnis. 3(2).
- Alwendi. (2020). Penerapan *E-commerce* dalam meningkatkan Daya Saing Usaha. Jurnal Manajemen Bisnis. 17 (3). 317 –325.
- Fais, Ahmad Abid.(2016). Pengaruh Harga, Atribut Produk dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* berbasis Android di Kota Makassar. Skripsi.
- Tjiptono, Fandy & Chandra. (2016). *Service, Quaility & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Hendarsono, Immanuel Catur Restu Putra. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
- Jauw, Purwanto. (2017). *Moderation Effects of Cultural Dimensions on the Relationship between E-service Quality and Satisfaction with Online Purchase*. 18 (15). 55-60.
- Ilmiyah, Krishernawan. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee di Mojokerto. Jurnal Manajemen. 6(1). 31-42

- Lestari, Indah. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Emosional, Kemudahan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan *Mc Donald Store* Pandanaran). Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.
- Palma, Andjarwati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko *Online* di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. 16 (1). 84 – 104
- Ramadhan, Andjarwati.(2017). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy S7 (Studi pada Pengunjung Plasa Marina dan WTC Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*. 5 (4).
- Sari, Ika. (2019).Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan *E-Money*, Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening. Skripsi Fakultas Ekonomi Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Charisma, Suprpti. (2020). Pengaruh Nilai Utilitarian dan Persepsi Kemudahan Pengguna Terhadap Kepuasan untuk Meningkatkan Niat Beli Ulang (Studi pada Pengguna Aplikasi *E-Money* Merek OVO di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung). *E-Jurnal Manajemen*. 9 (6). 2147 – 2166.
- Sugiyono. (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Kotler dan Keller. (2014). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta :
Erlangga

www.grahanurdian.com

www.databoks.katadata.co.id

<http://m.liputan6.com/bisnis/read/3785941/perang-bisnis-E-commerce-siapa-beri-harga-paling-murah>

<http://djakartatoday.com/2018/12/03/survei-markplus-inc-perang-harga-E-commerce-shopee-dan-tokopedia-dianggap-paling-bersaing/>

https://katadata-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/katadata.co.id/amp/desysetyowati/digital/5f63494f10287/senjata-shopee-geser-posisi-tokopedia-saat-pandemi-corona?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQHKAFQArABIA%3D%3D#aoh=16085461909568&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s&share=https%3A%2F%2Fkatadata.co.id%2Fdesysetyowati%2Fdigital%2F5f63494f10287%2Fsenjata-shopee-geser-posisi-tokopedia-saat-pandemi-corona

https://amp-kompas-com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kompas.com/money/read/2020/10/26/185300726/bos-tokopedia-ungkap-masalah-terbesar-yang-dihadapi-umkm-saat-berjualan-di-e?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQHKAFQArABIA%3D%3D#aoh=16105197393389&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s