

DAFTAR PUSTAKA

- Aldyta, R. (2021). Pengaruh Citra Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pada *E-commerce* Shopee. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1709-1725.
- Andika, M. R. (2011). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki Delarer, Jakarta Selatan). *Jurnal Riset Pemasaran Sains Indonesia (Jrmsi)*, Vol 2.
- Ardiyanto, D. (2015). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan *E-commerce* Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi*, 22, 1-8.
- Ardiyanto, D. (2015). PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN MENGGUNAKAN. *Jurnal Administrasi*, 1-7.
- Assuri.S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Diputra, I. G. (2021, January). *THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, BRAND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY*. *American International Journal Of Business Management (AIJBM)*, Volume 4(01), 25-34.
- Fadhilah, A. R. (2017). *Moderation Effects Of Cultural Dimensions On The Relantioship Between E Service Quality And Satisfication Onlibe Purchase*. *Quality Management*, Vol 18, 55 - 60.
- Firdaus, H. N. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Online Shopping : Perspektif Pemasran Agribisnis. *Jurnal Ecodamia*, 2, 136-146.
- Haqiqi, N. &. (2020). PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUASAN BELANJA ONLINE DALAM MENGGUNAKAN *E-COMMERCE* SHOPEE DI KELURAHAN TANJUNGSARI, KECAMATAN TAMAN SIDOARJO. *Journal Of Sustainability Business Research*, 2, 317 -328.

- Latifah, N. &. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness* Dan *T Rust* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *E-commerce* Shopee. *Bisma : Jurnal Bisni & Manajemen*, 14, 82-91.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Edisi Pertama Ed.). Jakarta: Mitra Wacanamedia.
- Oscar, Y. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Bisnis*, 3, 20-28.
- Pratama, F. (2019). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN *E-COMMERCE* LAZADA. *AGORA*, 7, 1-8.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanto, A. L. (2017). *Moderation Effect Of Cultural Dimensions Of Realtionship Beetwen E-Service Qualitiy And Satisfation With Online Purchase. Quality Acess To Succes*, 15, 55-Go.
- Rakhma, A. F. (2018). Pengaruh *Product Knowledge*, *Brand Image*, Dan *Online Customer Review*. *Riset Manajemen*, 115-125.
- Saputra, R. &. (2016). *The Impact Of Brand Trust On Brand Loyalty Mediated By Customer Satisfaction: Case Of Tokobagus.Com. Journal Of Administrative And Business Studies*, Vol 1, 8-13.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta.
- Sudirman, A. &. (2020). Pengaruh Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol 3, 66-76.
- Tangguh, A. F. (2020). *Effect Of Promotion And Ease Of Use On Customer Satisfaction And. Quantitative Economies And Management Studies (QEMS)*, Vol 1, 44-50.

Jurnal Penelitian Terdahulu :

- aldyta, r. (2021). PENGARUH CITRA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PADA *E-COMMERCE* SHOPEE. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1709-1725.
- andika, m. r. (2011). pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (survei pelanggan suzuki delarer, jakarta selatan). *jurnal riset pemasaran sains indonesia (JRMSI)*, vol 2.
- Ardiyanto, D. (2015). pengaruh kemudahan dan kepercayaan menggunakan *E-commerce* shopee Terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi*, 22, 1-8.
- Ardiyanto, D. (2015). PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN MENGGUNAKAN. *jurnal administrasi*, 1-7.
- Assuri.S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. jakarta: PT raja grafindo persada.
- Diputra, I. G. (2021, january). *THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, BRAND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY. American International Journal of Business Management (AIJBM)*, volume 4(01), 25-34.
- fadhilah, a. r. (2017). *Moderation Effects of Cultural Dimensions On The Relantioship between E service quality and satisfication onlibe purchase. Quality management*, Vol 18, 55 - 60.
- Firdaus, h. n. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Online Shopping : perspektif pemasran agribisnis. *jurnal Ecodamia*, 2, 136-146.
- Haqiqi, N. &. (2020). PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUASAN BELANJA *ONLINE* DALAM MENGGUNAKAN *E-COMMERCE* SHOPEE DI KELURAHAN TANJUNGSARI, KECAMATAN TAMAN SIDOARJO. *Journal of Sustainability Business Research*, 2, 317 -328.

- latifah, n. &. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness* Dan *trust* terhadap Kepuasan Konsumen Pada *E-commerce* Shopee. *Bisma : Jurnal Bisni & manajemen*, 14, 82-91.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (edisi pertama ed.). Jakarta: Mitra WacanaMedia.
- Oscar, Y. (2019). pengaruh *brand image*, persepsi harga, dan *service quality* terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Muara Ilmu bisnis*, 3, 20-28.
- Pratama, F. (2019). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN *E-COMMERCE* LAZADA. *AGORA*, 7, 1-8.
- Priansa, D. J. (2017). *perilaku konsumen dalam bisnis kontemporer*. bandung: alfabeta.
- purwanto, A. l. (2017). *Moderation Effect Of Cultural dimensions of realtionship beetwen E-service Quality and satisifation with online purchase*. *Quality Access to Succes*, 15, 55-go.
- rakhma, a. f. (2018). Pengaruh *Product Knowledge*, *Brand Image*, Dan *Online Customer Review*. *riset manajemen*, 115-125.
- saputra, R. &. (2016). *The impact of brand trust on brand loyalty mediated by customer satisfaction: Case of Tokobagus.com*. *Journal of Administrative and Business Studies*, Vol 1, 8-13.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran teori dan implementasi*. Yogyakarta.
- sudirman, a. &. (2020). pengaruh Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. *jurnal pemasaran kompetitif*, Vol 3, 66-76.
- tangguh, A. F. (2020). *Effect of Promotion and Ease of Use on Customer Satisfaction and. Quantitative Economies and Management studies (QEMS)*, Vol 1, 44-50.

Buku :

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

Website :

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=mq331AQHKAFAQrABIA%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-](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=mq331AQHKAFAQrABIA%3D%3D#aoh=16105197393389&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s)

[com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kompas.com/money/read/2020/10/26/185300726/bos-](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=mq331AQHKAFAQrABIA%3D%3D#aoh=16105197393389&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s)

[tokopedia-ungkap-masalah-terbesar-yang-dihadapi-umkm-saat-berjualan-di-](tokopedia-ungkap-masalah-terbesar-yang-dihadapi-umkm-saat-berjualan-di-e?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQHKAFAQrABIA%3D%3D#aoh=16105197393389&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s)

[e?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQHKAFAQrABIA%3D%3D#aoh=1610519739338](e?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQHKAFAQrABIA%3D%3D#aoh=16105197393389&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s)

9&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s