

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Moorman, C. (2023). *Strategic Market Management*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Ahmudin, A., & Ranto, D. W. P. (2023). Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel di Yogyakarta. *Jurnal E-Bis*, 7(1), 158–168. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1112>
- Anis Nusron, & Adji Achmad Subadar. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Repurchase Intention (Study Kasus Pengguna Platfrom E-commerce Shopee di Kota Pasuruan). *Jurnal Transparan STIE Yadika Bangil*, 16(1), 1–15. <https://doi.org/10.53567/jtsyb.v16i1.43>
- Artamevia, S., Setyariningsih, E., & Utami, B. (2022). Pengaruh Price Discount Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Wilayah Mojokerto). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 2887–2900. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i11.2876>
- Asnawati, Z. A., Salim, M. A., & Priyono, A. A. (n.d.). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Awareness, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia Di Kota Malang*. 13(01), 3990–3996.
- Curatman, A., & Suroso, A. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dalova, L. P., Nurmawanti, Faizah, N. E., & Syahputro, S. B. (2023). Efektifitas Penerapan Customer Relationship Management Pada Usaha Jasa Desain Iklan Citra Karya Setia (Advertising & Digital Printing) Melalui Pemasaran Electronic Word of Mouth (E-Wom). *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(3), 1–17.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ibnu, S. (2022). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (MEA)*, 4(3), 112–122. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.300>
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., Williams, M. D. (2017). *Electronic Word-of-Mouth (eWOM)*. Cham: Springer.
- Jumawar, E., & Nurmartian, E. (2022). Pengaruh Customer Experience dan Customer Value Terhadap Customer Loyalty Indihome(Pada Pelanggan Indihome Area Gegerkalong). *Journal Competency of Business*, 5(02), 102–111. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i02.1094>
- Khawari, R. I., & Ilyas, N. (2023). Pengaruh Brand Image, Corporate Social Responsibility dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Customer Loyalty Charles & Keith Mall Senayan City. *Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 1(6), 1605–1622. <https://doi.org/https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.900>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition*. Hoboken, NJ: Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., Piercy, N., & Harris, L. C. (2016). *Principles of Marketing 7th edn PDF eBook*. Hoboken, NJ: Pearson Higher Ed.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Hoboken, NJ: Pearson Higher Education AU.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. England: *Pearson Education Limited*.
- Maylinda, W. D., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Customer Experience Dan Personalisasi Artificial Intelligence (AI) Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce Shopee Di Surabaya. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 1(1), 37–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9569>
- Nawastuti, N., & Irmawati. (2023). Pengaruh Influencer dan E-WOM terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi

- Pada Pelanggan TikTok Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1415–1421. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.735>
- Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, Wahyu, K., & Aji Halal Syah, R. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis. In *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi Penelitian.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi%20Penelitian.pdf)
- Pratama, R., & Adriyanto, A. T. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Customer Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Studi pada Pelanggan di Bengkel Ravi Motor Juwana-Pati. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 241–250. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2020). Signifikansi Prediktor Kepuasan Konsumen Jasa Hotel.pdf. In *Adjie Media Nusantara*.
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>
- Rabbani, D. B., Diwyarthi, N. D. M. S., Mulyati, A, M. U., Hadawiah, Sari, Y. P., Sukrin, Haryanti, I., Santoso, M. H., Ardani, W., & Salehan. (2021). Komunikasi Pemasaran. In M. Silalahi (Ed.), *Jakarta: Erlangga*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Rahmawati, A., Sugandini, D., & Istanto, Y. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Attitude Loyalty Dan Behavioral Loyalty Yang Dimediasi Oleh Emotional Experience Pada Pengguna Mobile Application Shopee (Studi Kasus Di Yogyakarta). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3), 879–900. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.36740>
- Rizkyta, A., Widiyanto, & Farida, N. (2024). Pengaruh eWOM (Electronic Word of Mouth) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Shopee Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 58–67.

- Santoso, J. T. (2021). *E-Commerce Tinjauan Manajerial dan Jejaring Sosial* (edisi 1). Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Sari, P. M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Handbody Shinzui. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 54–63. <https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.772>
- Setiawati, L., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kesadaran Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ella Skin Care di Cabang Gentan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 49. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30311>
- Shaw, C., & Hamilton, R. (2016). *The intuitive customer: 7 imperatives for moving your customer experience to the next level*. London: Palgrave Macmillan.
- Siswati, E., Iradawaty, sofiah N., & Imamah, N. (2024). Costumer Relationship Management Dan Implementasinya Pada Perusahaan Kecil. In *Cv.Eureka Media Aksara*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.131>
- Syakdiyah, F. H., & Bhirawa, S. W. S. (2025). *The Influence Of Content Marketing, Social Media Marketing, and Brand Awareness On Gen-Z Buying Decisions At Shopee*. 3, 1219–1232. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/kilisuci.v3i.6059>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tohari, A., & Bhirawa, S. W. S. (2023). *Aplikasi SPSS 25.0 untuk Ekonomi dan Bisnis*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Tohari, A., Kurniawan, A., Muslih, B., Widodo, A. S. F., & Saputra, L. B. (2019). Utilization of Tax Incentives, Tax Services and Existence of Tax Sanctions on Tax Compliance in Submitting SPT and Micro Business Sustainability at

- Kediri City during COVID-19 Pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.52403/ijrr.20211158>
- Tohari, A., Ramadhani, R. A., Muslih, B., & Kurniawan, A. (2024). Structural Equation Modeling: Taxpayer Compliance of Msmes in Kediri City. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 18(7), 1–17. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-078>
- Zhafira, T., Kinasih, D. D., & Hardilawati, W. L. (2023). Pengaruh Customer Engagement Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Esl. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 347–356. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/910>