

DAFTAR PUSTAKA

- Agriawan, A., & Rahmi, P. P. (2025). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN ONLINE CUSTOMER REVIE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA E-COMMERCE* TOKOPEDIA. 9(1), 100–112.
<https://doi.org/10.52362/jisamar.v9i1.1710>
- Arisanti, D., Widyawati, N., & Novitasari, D. F. (2022). *ANALISIS INAPORTNET TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA DENGAN KINERJA KARYAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN PELAYARAN* INAPORTNET ANALYSIS OF SERVICE USER SATISFACTION WITH EMPLOYEE PERFORMANCE AS AN INTERVENING VARIABLE IN SHIPPING COMPANIES. *E-Journal Unair*, 14(1), 42–75.
- Chetioui, Y., Butt, I., & Lebdaoui, H. (2021). *FACEBOOK ADVERTISING, EWOM AND CONSUMER PURCHASE INTENTION-EVIDENCE FROM A COLLECTIVISTIC EMERGING MARKET*. *JOURNAL OF GLOBAL MARKETING*, 34(3), 220–237. <https://doi.org/10.1080/08911762.2021.1891359>
- Dermawan, K. A. K., Nasution, S. H., & Rachayudiza, A. (2024). *EVALUASI VALIDITAS PROGRAM DIGITAL DENGAN PENERAPAN PENGOLAHAN DATA SKALA LIKERT*. *Jurnal E-Bisnis, Sistem Informasi , Teknologi Informasi ESIT*, XIX(03), 44– 49.
- Dewi Herdiana, H., Putri, I. H., & Aisyah, L. (2024). *PERKEMBANGAN TEKNOLOGI TIKTOK SHOP SEBAGAI MEDIA BERBELANJA PADA MAHASISWA SOSIOLOGI UNIVERSITAS JEMBER*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 262–268.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.11559709>
- Dwi Pratama, Y., & Widayati, C. (2025). *PENGARUH KEPERCAYAAN, CUSTOMER REVIEW, CUSTOMER RATING TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE BLIBLI*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 6(4), 222–235.
<https://doi.org/10.38035/jimt.v6i4.4665>
- Epin Nurazis, P. C. N. (2024). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 396–417.
- Febryaningrum, V., Buana, A. V., Rohman, A. F., Rochmah, A. N., Soraya, A., & Suparta, I. M. (2024). *PENGUNAAN ANALISIS STRUCTURAL EQUATION MODELLING (SEM) DENGAN PLS UNTUK MENGUJI PENGARUH VARIABEL INTERVENING TERHADAP HUBUNGAN VARIABEL INDEPENDEN DAN VARIABEL DEPENDEN*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 258–266.
<https://doi.org/10.62017/jemb>

- Ferre, A. N. L. C., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (PADA PENGGUNA PRODUK INDIHOME PT.TELKOM AKSES KOTAMOBAGU)*. *Jurnal EMBA*, 11(02), 190–204.
- Gabriela, Y. M. R. M. (2022). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN E-COMMERCE*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1), 121–125.
- Hanifa, H., & Nio, S. R. (2023). *PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. *Jurnal Riset Psikologi*, 6(1), 9.
- Hanna, M., & Kalangi, E. (2021). *PROFITMARGIN PT SAMUDRA*.
- Hijriyatunnisa, H., & Widodo, U. (2024). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER RATING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DITIKTOK SHOP MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN TIKTOK SHOP SEMARANG)*. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 3(2), 242–249. <https://doi.org/10.34152/emba.v3i2.1132>
- Kim Yoojung, & Chu Shu-Chuan. (2015). *DETERMINANTS OF CONSUMER ENGAGEMENT IN ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH (EWOM) INSOCIAL NETWORKING SITES. INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVERTISING*, 30(1), 45–75. <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.2501/IJA-30-1-047-075?needAccess=true>
- Kusnadi, & Susyanti, J. (2024). *TINJAUAN LITERATUR : PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PROSES BISNIS E-COMMERCE*. 1(6), 401–408.
- Layly, E. A. Y. N., & Rafida, V. (2023). *PENGARUH IKLAN ONLINE DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP MINAT PEMBELIAN TAS DI DÉLIWafa STORE DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA APLIKASI TIKTOK (GENERASI Z DI KOTA SURABAYA)*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 11(2), 269–276.
- Lena, E. M., Mursito, B., & Hartono, S. (2021). *KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PELAYANAN PADA OUTLET 3 SECOND SURAKARTA (CONSUMER PURCHASE INTEREST ASSESSED FROM THE ATMOSPHERE STORE, LOCATION, AND WORD OF MOUTH CASE STUDY ON SOLO BOUTIQUE)*.

- Jurnal Ekbis*, 22(1), 55. <https://doi.org/10.30736/je.v22i1.697>
- M. Yarham. (2025). *MEMBANGUN BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL. JURNAL PUBLIKASI SISTEM INFORMASI DAN MANAJEMEN BISNIS*, 4(2), 284–298. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.4147>
- Mahendra, N. S., & Indriani, F. (2025). *ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP NILAI SEUMUR HIDUP PELANGGAN DENGAN KOMITMEN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA PENGGUNA KARTU PRABAYAR TELKOMSEL DI KOTA SEMARANG)*. *Diponegoro Journal Of Management*, 14(1), 137–149. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/49760>
- Mudayat. (2022). *THE EFFECT OF THE MARKETING MIX ON SALES VOLUME AT PT SAMSUNG ELEKTRONIK INDONESIA (SAMSUNG)*. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 587–594. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Nadia Dwi Irmadiani, Muhammad Khakam Mizan, & Dzikrilla Alam Adyasta. (2024). *PENGARUH E-TRUST DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION PENGGUNA SITUS E-COMMERCE TIK TOK SHOP DI KALANGAN MAHASISWA*. *CiDEA Journal*, 3(1), 183–191. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v3i1.1961>
- Nuri Purwanto, Budiyanto, S. (2022). *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*.
- Prabawanti, K. J., Bachri, S., Ponirin, P., & Asriadi, A. (2024). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS PADA GEN-Z KOTA PALU)*. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 5681–5690. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.12973>
- Pradana, F. (2018). *PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PENGALAMAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA NASABAH PT FAC SEKURITAS INDONESIA DI YOGYAKARTA*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193–212. <https://doi.org/10.18196/mb.9262>
- Prastyorini, J., & Fandiyo, A. A. (2011). *Jurnal Horizon CITRA PEUSAHAAN DAN CORPORATE*. 2009.

- Prastyorini, J., Widyawati, N., & Maya Jannata, S. (2022). *ANALISIS HARGA DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GULA PASIR SEBELAS (GUPALAS) PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA XI*. *Jurnal Kompetensi Ilmu Sosial*, 1(1), 34–44. <https://doi.org/10.29138/jkis.v1i1.8>
- Purnomo, A. (2025). *BIAS PERILAKU DAN PERSEPSI RISIKO DALAM PEMBUATAN KEPUTUSAN INVESTASI : PERAN MODERASI LITERASI KEUANGAN*. *BEHAVIORAL BIAS AND RISK PERCEPTION IN INVESTMENT DECISION MAKING : THE MODERATING ROLE OF FINANCIAL LITERACY*. 24, 145–162.
- Regina, N., & Nurwidawati, D. (2023). *HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN E-COMMERCE*. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(02), 1001–1013.
- Rika Widianita, D. (2023). *PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS INFORMASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE*. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1–19.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). *FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sanjaya, V. F., & Hernita, S. J. (2020). *ONLINE CONSUMER REVIEW, BRAND COMMUNITY, TRUST AND CONSUMER PURCHASE DECISIONS IN INDONESIA*. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(02), 276. <https://doi.org/10.30868/ad.v4i02.945>
- Santosa, S., Putra, A., Rachmat, S., & Yuli, T. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING STUDI KASUS PADA POSPAY LOKET KANTOR POS CABANG MAJALENGKA 45400*. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 14(September), 23.
- Sitepu, D. R. (2025). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MENANTEA MEDAN*. *Smart GOALS Jurnal Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(2), 21–39. <https://doi.org/10.36490/sg.v1i2.1446>
- Sugiyono, Tampubolon, M. (2023). *METODE PENELITIAN PENGARUH METODE MIND MAPPING TERHADAP KEMAMPUAN MENULIS KARANGAN DESKRIPSI*. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*, 3(17), 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- sugiyono. (2020). *METODA PENELITIAN*. *BAB III METODA PENELITIAN*, 1–9. [http://repository.stei.ac.id/9315/4/BAB 3.pdf](http://repository.stei.ac.id/9315/4/BAB%203.pdf)

- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). *KONSEP POPULASI DAN SAMPLING SERTA PEMILIHAN PARTISIPAN DITINJAU DARI PENELITIAN ILMIAH PENDIDIKAN*. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Tabelessy, W., & Pattiruhu, J. R. (2024). *PELATIHAN WARPPLS: APLIKASI ALTERNATIF PENGUJIAN HIPOTESIS SEM-PLS*. *Communnity Development Journal*, 5(2), 2723–2729.
- Utama, E. A. P., & Komara, E. (2022). *FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN (STUDI KASUS PADA GEN Z DI JABODETABEK)*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(3), 90.
<https://doi.org/10.35384/jemp.v7i3.259>
- Utami R.A., & Kussudyarsana. (2024). *ANALISIS EFEKTIVITAS KAMPANYE PEMASARAN STORYTELLING PADA PLATFORM AZARINE COSMETIC UNTUK MENINGKATKAN BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST SEBAGAI MEDIASI TERHADAP NIAT PEMBELIAN KONSUMEN*. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 25(02), 1–6. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap/article/view/12524>
- Widaryanti, W., Putra, A., & Timotius, E. (2021). *IMPLICATIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION ON DEVELOPING HUMAN RESOURCES IN BUSINESS PRACTICE IN INDONESIAN: ANALYSIS OF THE PUBLICATION*. *INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS, ECONOMICS & MANAGEMENT*, 4(1), 157–164. <https://doi.org/10.31295/ijbem.v4n1.1425>
- Wijonarko, G., & Wirapraja, A. (2021). *ANALISIS KUALITAS APLIKASI ORANGEHRM MENGGUNAKAN WEBQUAL 4.0 DALAM MEMPENGARUHI KEPUASAN KARYAWAN DAN PRODUKTIVITAS KERJA*. *Teknika*, 10(2), 146–151.
<https://doi.org/10.34148/teknika.v10i2.381>
- Wulandari, S., & Marlana, N. (2020). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA TRANSPORTASI MIGO DI SURABAYA*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, ..., 8(2), 791–797.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/35411%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/35411/31476>
- Yani, A. S., & Sinambela, Y. F. (2024). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN*

KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI DI PT SINARMAS SENTRA CIPTA. Edunomika, 8(1), 1–7.

Yusuf, M. (2022). *PENGARUH PROMOSI, GAYA HIDUP, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT BELI MOTOR LISTRIK MENGGUNAKAN METODE SEM - PLS. G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan, 6(2), 241–248.*
<https://doi.org/10.33379/gtech.v6i2.1685>

Zulkarnaen, Z., & Hermawan, A. (2025). *SOCIAL COMMERCE 2.0: TIKTOK SHOP DAN MASA DEPAN BELANJA DIGITAL. Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi, 3(2), 285–295.* <https://doi.org/10.61132/rimba.v3i2.1791>