

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi Dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Aini, A. N., Gunawan, R., & Ismartaya. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen *E-Commerce* Shopee. 3(7), 2229–2244.
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*, 1(2), 252–261.
- Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). Resume: Instrumen Pengumpulan Data. 4(1), 9–15.
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka Di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal* (Bmaj), 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/Bmaj.V4i1.6001>
- Amira, A. A., & Syahputra. (2020). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Aplikasi Shopee. *E-Proceeding Of Management*, 7(2), 6363–6375.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/Jupe.V8n3.P86-94>
- Annur, C. M. (2022). *E-Commerce* Terpopuler Di Kalangan Anak Muda, Siapa Juaranya? Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/28/E-Commerce-Terpopuler-Di-Kalangan-Anak-Muda-Siapa-Juaranya>
- April. (2023). Keluhan Konsumen Mengenai Ketidaksesuaian Produk. X (@kwonstiger_). https://twitter.com/kwonstiger_/status/1680163148756840450?t=QuohQxouKdr8Zf8WZRiDwQ&s=19
- Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Langit Membiru Wisata Bogor. *Parameter*, 6(1), 38–49. <https://doi.org/10.37751/Parameter.V6i1.160>
- Bertuah, E., & Wicaksono, S. M. (2021). Perbandingan Perilaku Belanja Online Melalui Shopee Dan Tokopedia Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–21.
- Databoks. (2024). 5 *E-Commerce* Dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-E-Commerce-Dengan-Pengunjung-Terbanyak-Sepanjang-2023>
- Dewi, R., Yuliatti, Y., Maknun, M., Aphar, R. M., Allaamah, D., & Ashar, D. D. P. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 3(3), 648–660. <https://doi.org/10.47709/Jebma.V3i3.2931>

- Dwi, S. R. (2022). Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau. *Journal Manajemen*, 5, 102.
- Edo. (2021). Keluhan Konsumen Mengenai Flash Sale Shopee yang Dibatalkan. X (@edo). <https://x.com/edo/status/1775897411011104809?t=zIv6qIL5rDSUYh36RsDN3A&s=19>
- Fadillah, H., Hadining, A. F., & Sari, R. P. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Abc Laundry Dengan Menggunakan *Metode Service Quality, Importance Performance Analysis* (Ipa) Dan *Customer Satisfaction Index* (Csi). *J@Ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.14710/jati.15.1.1-10>
- Fakultas Ekonomi, (2023). Pedoman Penulisan Skripsi Sarjana Ekonomi.
- Fajrina, E. L., Barkah, C. S., Chan, A., & Tresna, P. W. (2021). Analisis Motivasi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Deilicious Kitchen Sebagai Upaya Perbaikan Strategi Produk Dan Harga. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.37403/mjm.v0i0.213>
- Farida, I. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.8>
- Fernando, Y., Apriyani, C., Pasha, D., & Alamsyah, D. (2022). Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual Dan *Importance Performance Analysis* (Ipa) Pada Website Pondok Pesantren Al-Hidayah Pringsewu. *Resolusi : Rekayasa Teknik Informatika Dan Informasi*, 2(6), 251–257. <https://doi.org/10.30865/resolusi.v2i6.406>
- Halim, F., Kurniullah, A. Zukhruf, Efendi, Marisi Butar Butar, & Sudarso, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Kitamenulis. https://www.researchgate.net/publication/349491566_Fullbook_Manajemen_Pemasaran_Jasa
- Hapsari, D. Ayu, Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran 7p (Marketing Mix 7p) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jiagabi*, 10(2), 12–19.
- Hong, W., Zheng, C., Wu, L., & Pu, X. (2019). *Analyzing The Relationship Between Consumer Satisfaction And Fresh E-Commerce Logistics Service Using Text Mining Techniques. Sustainability (Switzerland)*, 11(13), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su11133570>
- Ihsan, H. (2019). Validitas Isi Alat Ukur Penelitian Konsep Dan Panduan Penilaiannya. *Pedagogia Jurnal Ilmu Pendidikan*, 13(2), 266. <https://doi.org/10.17509/pedagogia.v13i2.3557>
- Irnanda Romiz, O., & Gultom, A. I. (2023). Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Produk Internet Dengan Pendekatan *Importance Performance Analysis* (Ipa) (Studi Kasus Pt. Telkom Witel Lampung). 12(1), 242–251.
- Ismaya, N. A. J., Astrian, R. W., & Kurnia, T. (2024). Perbandingan Keefektifan Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee Dan Belanja Di Pasar: Menurut Konsep Islami Pada Masyarakat Usia 17-25 Tahun. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3150–3163. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i3.12263>

- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi *E-Commerce* Shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55–62.
- Junaidi. (2010). R *Tabel Product Moment. Art &Photos*, 4. <https://www.slideshare.net/Hendrayudha9028/19-Tabelnilaikritisrpearson>
- Komalasari, F., Christianto, A., & Ganiarto, E. (2021). *Factors Influencing Purchase Intention In Affecting Purchase Decision: A Study Of E-Commerce Customer In Greater Jakarta*. *Bisnis & Birokrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 28(1). <https://doi.org/10.20476/Jbb.V28i1.1290>
- Kurnia, M., & Suwiknyo, M. (2018). Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. *Balance: Economic, Business, Management And Accounting Journal*, 15(01). <https://doi.org/10.30651/Blc.V15i01.1264>
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada Cv. Tinta Kaili Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 63–84. <https://doi.org/10.24239/Jiebi.V1i1.5.63-84>
- Mediti, O. C. S. P. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1290–1300.
- Mohammad, A., Masithoh, S., Kholiq, Y. N., Nisa, D. A., & Rohmah, N. (2021). Efektivitas *Marketplace* Shopee Sebagai *Marketplace* Belanja Online Yang Paling Disukai Mahasiswa. *Journal Of Education And Technology*, 1(1), 24–29.
- Mondir, M., Ahmadiono, A., & Sukarno, H. (2023). *The Influence Of Islamic Marketing Mix On Shopee Costumer Loyalty Towards Customer Satisfaction: Evidence From Milenial Muslim Jember*. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(8). <https://doi.org/10.46799/Jsa.V4i8.660>
- Mutmainah, I., Yulia, I. A., Marnilin, F., & Mahfudi, A. Z. (2022). *Gap Analysis Untuk Mengetahui Kinerja Implementasi Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 19–34. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V10i1.934>
- Nadhifa, A., Amalia, N., Atta, M., Nur Rahma, A., & Husna, A. L. (2023). Analisis Kepuasan Pembelian Belanja *Online* Shopee. *Prosiding Seminar Nasional*, 1099–1115.
- Nurrohim, N. (2020). Analisis Kepuasan Siswa Kelas Ix Sekolah Menengah Pertama Terhadap Pembelajaran Daring Mata Pelajaran Pjok Pada Masa Pandemi Covid-19 Kecamatan Purwanegara 2020. *Journal Of Physical Activity And Sports (Jpas)*, 1(1), 133–146. <https://doi.org/10.53869/Jpas.V1i1.26>
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), 248. <https://doi.org/10.32493/Skr.V6i2.5541>
- Pawennari, A., Afiah, I. N., Verawati, V., Nusran, M., & Arham, M. F. (2021). Analisis Kualitas Layanan Bank Syariah Dengan Menggunakan Metode *Servqual* Dan *Importance Performance Analysis* (Ipa) Di Makassar. *International Journal Mathla'ul Anwar Of Halal Issues*, 1(2), 11–17.

<https://doi.org/10.30653/ijma.202112.17>

- Praseptiawan, M., Gultom, M. O. N., & Untoro, M. C. (2022). *The Evaluation Of E-Commerce Using The Customer Satisfaction Index And Importance Performance Analysis*. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 11(1), 60–65. <https://doi.org/10.32736/Sisfokom.V11i1.1167>
- Pratama, Y. D., & Dahlan, K. S. (2023). Peranan *E-Service Quality* Dan *E-Marketing Mix* Sebagai Penentu Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Industri *E-Commerce* Indonesia. *Journal Of Business & Applied Management*, 16(1), 061. <https://doi.org/10.30813/Jbam.V16i1.4231>
- Priharto, S. (2020). *Marketing Mix*: Pengertian, Manfaat, Komponen, Dan Strategi Yang Bisa Anda Gunakan. Kledo. <https://kledo.com/blog/marketing-mix-bauran-pemasaran/>
- Putri. (2024). Keluhan Konsumen Mengenai Biaya Ongkos Kirim. X (@xiabright). https://x.com/xia_bright/status/1775897411011104809?t=zIv6qIL5rDSUYh36RsDN3A&s=19
- Putri, R. S., Astiti, S., & Amriza, R. N. S. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan E-Commerce Jd.Id Menggunakan Metode *E-Servqual*. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6(2), 1207. <https://doi.org/10.30865/Mib.V6i2.3893>
- Rachel. (2023). April 18) Keluhan Konsumen Mengenai SOP. X (@rachkless). <https://x.com/rachkless/status/1648221569754492928?t=2Xqnmg-f52tQXC25aIOYrg&s=08>
- Rachmandi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. Tiga Ebook. https://books.google.co.id/books/about/The_Power_Of_Digital_Marketing.html?id=Rczydwaaqbaj&redir_esc=y
- Renggowati, W. J., Prihatini, A. E., Listyorini, S., Bisnis, D. A., & Indonesia, U. D. (2023). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pendahuluan. 12(3), 986–997.
- Rizkilawati, N., Ramadhan, M. F., Maryam, E. F. A., & Azzahr, F. S. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Berbasis Metode *Importance Performance Analysis* (Ipa) Terhadap *Hagu Coffee & Space* Kota Bogor. *Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents*, 3(5).
- Sabila, A. R., & Kusumaningrum, L. (2020). Analisis Kualitas Layanan *E-Commerce* Shopee Dalam Meningkatkan Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Tangerang 2020). *Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Teknologi Informasi Niit*, 16(2), 72–80. <https://jitech.i-tech.ac.id/index.php/jitech/article/view/107/pdf>
- Santika, A. A., Saragih, T. H., & Muliadi, M. (2023). Penerapan Skala Likert Pada Klasifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Agen Brilink Menggunakan *Random Forest*. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (Justin)*, 11(3), 405. <https://doi.org/10.26418/Justin.V11i3.62086>
- Sari, D. A. P., Sadat, A. M., & Meyyfa Nuri Yanti. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador, Brand Image, Dan Product Quality* Terhadap *Purchase Decision* Produk Body Care Di Jabodetabek. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 98–113. <https://doi.org/10.21009/Jbmk.0401.08>

- Sasongko, S. R. (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>
- Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan *E-Commerce*. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Setiawan, D., & Bahrin, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 4(1), 99–108. <https://doi.org/10.36085/jems.v4i1.4427>
- Setyawardani, R. D. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(1), 230–239. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i1.79>
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (*Trust*) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *E-Commerce* Di Indonesia Iindirasari. *Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119. <https://doi.org/10.31955/Mea.Vol4.Iss1.Pp111-119>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan Dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sundoro, A. (2023). Analisis Bauran Pemasaran Yang Menjadi Pertimbangan Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Online Di Shopee. <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple/article/view/124/83>, 1(4), 1–8.
- Thabit, T. H., & Raewf, M. B. (2018). *The Evaluation Of Marketing Mix Elements: A Case Study. International Journal Of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4). <https://doi.org/10.23918/ijsses.v4i4p100>
- Unblock. (2024). Keluhan Konsumen Mengenai Biaya Admin. X (@unblockmei). <https://twitter.com/unblockmei/status/1680163148756840450?t=QuohQxouKdr8Zf8WZRiDwQ&s=19>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Wibisono, D. (2019). Analisis Kualitas Layanan Pendidikan Menggunakan Matriks *Importance Performance Analysis* di Sekolah Xyz. *Jurnal Optimasi Teknik Industri*, 1(2), 14–20.
- Widodo, S. M., & Sutopo, J. (2018). Metode *Customer Satisfaction Index (Csi)* Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada *E-Commerce Model Business To Customer*. *Jurnal Informatika Upgris*, 4(1), 38–45.
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Normal Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/jmpis>