

DAFTAR PUSTAKA

- Afida, N. (2010). *Pengaruh Brand Image Product Terhadap Loyalitas Konsumen : Studi Di Reshare Rabbani Dharmawangsa Surabaya* (Thesis tidak diterbitkan). UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Amsari, D., & Mudjiran. (2018). Implikasi Teori Belajar E.Thorndike (Behavioristik) Dalam Pembelajaran Matematika. *Jurnal Basicedu*, 2(2), 52–60.
- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Erianto, E., & Syarifah, D. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan *Online* Dan *Price Fairness Perception* Pada Loyalitas Pelanggan *Online* Pada Toko *Online*. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, 7, 35–46.
- Griffin, J. (2003). *Customer loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. (Yahnya, K., Medya, R., & Kristiaji, W (penerjemah). Jakarta: Erlangga.
- Hidayatulloh, S. (2013). *Hubungan citra merek dengan loyalitas pelanggan IM3 di kalangan mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang* (Skripsi tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Hurlock, E. B. (1991). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Meidita, Y., Suprpto., & Rokhmawati, R. I. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce (Studi Kasus : Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(11), 5682–5690.
- Perkembangan E-Commerce di Indonesia. (2017, 11 Desember). *Berinovasi*. Diambil dari <https://berinovasi.com/>.
- Prasetyo, D. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ojek Online* (Skripsi tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul.
- Prasetyo, D., Mariyanti, S., & Safitri, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ojek Online Go-Jek. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 15(1).
- Pratiwi, D. I. (2010). *Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited Di Semarang* (Skripsi tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Prayoga, A. F., Priyadi, Y., & Dharmoputro, S. (2016). Pengaruh fitur chatting dan tawar pada aplikasi Shopee terhadap kepuasan pelanggan. *E-Proceeding*

of Management, 3(3), 2968–2975.

Putra, D. P. (2018, 11 May). Tembus 43 Juta Pengguna, Ini Pencapaian Shopee Selama 2 Tahun di Indonesia. *Selular*. Diambil dari <https://selular.id/>.

Santoso, S., & Oetomo, H. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset manajemen*, 2, 10-19

Smart, M. (2018, 22 Juli). Jadi E-commerce Terpopuler, Ini 5 Strategi Shopee yang Bisa Ditiru. *Lifepal*. Diambil dari: <https://lifepal.co.id/>.

Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syarizka, D. (2019, 4 Maret). Shopee Layani 900.000 Order Per Hari di Indonesia. *Teknologi*. Diambil dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20190304/266/895740/shopee-layani-900.000-order-per-hari-di-indonesia>.

Widyanita, F. A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII Pengguna Shopee* (Skripsi tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Zahra, S., & Metulesy, A. (2012). Persepsi terhadap Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(2), 122–129.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). *Services Marketing: Integrating customer focus across the firm (2nd ed)*. United States of America: McGraw-Hill companies, Inc.