

DAFTAR PUSTAKA

- A, T. F. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Abu, R. (2021, September Sabtu). Banyak Orang Menyebutkan, Bandung Harus Karena Terkenal dengan Kulinernya yang Mendunia. hal. 1 - 2.
- Akhmadi Danial Denaldi M., M. E. (2020). Pengaruh *E - service quality* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi OVO. *Jurnal Mitra Manajemen*, 711 - 712.
- Alfiatun Novita Nurma, A. H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee Food di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 2.
- Aminsyah, I. (2019). Pengaruh *Website Quality, E - Trust, E - Satisfaction* dan Switching Barriers terhadap *E - Loyalty* (Studi Pada Pengguna Itemku.com). *e - Proceeding of management*, 21.
- Annisa, N. (2022, Agustus 16). *Shopee*. Diambil kembali dari Shopee Web site: <https://shopee.co.id>
- Asim. (2019). Pengaruh *E - Commerce* dan Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan pada Sophie Paris *BUSINESS CENTER* Novia Dwi Ayuning di Jonggol, Kabupaten Bogor. *Journal of Business Studies*, 2.
- Bandung, D. K. (2020). Data UMKM. hal. 1. Diambil kembali dari Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung: <https://diskopumkm.bandung.go.id/page/informasi-umkm>
- Budiman, A. Y. (2020). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Dan *E-Loyalty* Nasabah Pengguna Mandiri Online (Survey pada Nasabah Bank Mandiri pengguna Mandiri Online) . *Jurnal Profit*, 14.
- Cindy, A. M. (2022, September Selasa). Situs *E - Commerce* dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia (Agustus 2022). hal. 1.

- David. (2018). Pengaruh *E - service quality* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online Grab. *Agora*, 2 - 5.
- Fandy Tjiptono, A. D. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Indirasari, S. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (*Trust*) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *E - commerce* di Indonesia. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 112.
- Indonesia, C. (2021, Mei Selasa). Shopee, Penyumbang Omzet Terbesar Bagi UMKM di Masa Pandemi. hal. 1. Diambil kembali dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210504153131-97-638420/shopee-penyumbang-omzet-terbesar-bagi-umkm-di-masa-pandemi>
- Juwita, C. (2019). *Quora*. Diambil kembali dari Quora Web site: <https://id.quora.com>
- Kartono Achdiat Ridwan, I. H. (2019). Pengaruh *E – Trust* terhadap *E – Loyalty* (Studi Pada Seller di Bukalapak). *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 3.
- Kasih, O. L. (2019). Pengaruh *E – Trust* terhadap *E – Customer Loyalty* Pengguna Website Traveloka di Kabupaten Tabalong. *Jurnal Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis*, 194 - 206.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022, Oktober Sabtu). Perkembangan UMKM sebagai *Critical Engine* Perekonomian Nasional terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. hal. 1.
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotller, d. K. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12* . Jakarta: Erlangga.
- Latifah Nunuk, W. A. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Trust* terhadap Kepuasan Konsumen pada *E - commerce* Shopee. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 83 - 84.
- Nasution H., F. A. (2019). *THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON E-LOYALTY THROUGH E-SATISFACTION ON STUDENTS OF OVO APPLICATION USERS AT THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, UNIVERSITY*

OF NORTH SUMATRA, INDONESIA. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 4 - 5.

Nurjanah, S. F. (2019). Pengaruh *E - Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian pada Belanja Online Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga Bisnis*, 7.

Pradnyaswari Indah Ni Putu, A. A. (2020). *E - satisfaction* dan *E - Trust* Berperan dalam Memediasi Pengaruh *E - service quality* terhadap *E - loyalty* pada Situs *E - commerce* Blibli.com. *E - jurnal Manajemen*, 4 - 5.

Putri Saskia, M. N. (2021). Pengaruh *E - Service quality* dan *E - trust* terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2 - 4.

Setiawan Edi, S. S. (2018). Pengaruh *E - Service Quality* dan *E - Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia*, 57 - 59.

Shopee. (2020). Diambil kembali dari Shopee Web Site: <https://help.shopee.co.id>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA, CV.

Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andy.

Tjiptono F., D. A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono Fandy, A. D. (2019). *Kepuasan Pelanggan : Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Yogyakarta: Andi.

Vika, D. A. (2022, Juni Rabu). Ini Pertumbuhan Jumlah Karyawan Shopee sejak Awal 2020. *Jumlah Karyawan Shopee (Kuartal I 2020-Kuartal I 2022)*, hal. 1.