

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. CV. Andi Offset.
- Amira, D. F., & Syahputra, R. (2020). *The Effect of E-Service Quality on Customer Satisfaction in E-Commerce: A Study of Bukalapak Online Marketplace*. *Journal of Management and Business Education*, 3(2), 101-108.
- Amoah, N., Agyei, P. M., PhD, & Nkrumah, B. (2018). Effective Service Quality in Short-Lived Promotions; Its Effects on Brand Loyalty in the Teenage Segment. *ResearchGate*.
- App Annie. (2021). *Q3 2021 Market Index: Food Delivery Apps*. Diakses pada 31 Maret 2023 dari <https://www.appannie.com/en/insights/market-data/q3-2021-market-index-food-delivery-apps/>
- Arianto. (2018). *Pengaruh Kualitas E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Asuransi Jiwa di Jakarta Timur*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 82-92.
- Arifiu, A. R., & Rachmadi, F. (2021). *Pengaruh E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era Digital*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 18-28.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran: Kajian Teoritis dan Praktis di Indonesia*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Atmadjati, R. (2018). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Atmaja, H. (2018). *Marketing Mix and Customer Satisfaction in the Travel Industry*. *Journal of Applied Management*, 16(4), 604-613.
- Bain & Company. (2022). *Meta and Bain & Company Survey 2022*. Retrieved from <https://www.bain.com/insights/meta-and-bain-company-survey-2022/>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Catriana, A. (2021, 16 Maret). "Shopee Food resmi meluncur di Jakarta, Ini Pandangan Ahli". (Diakses 6 April 2023 dari: Tekno Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4490721/shopee-food-resmi-meluncur-di-jakarta-ini-pandangan-ahli>).
- Çelik, K. (2021). The effect of e-service quality and after-sales e-service quality on e-satisfaction. *Business and Management Studies: An International Journal*, 9(3), 1137–1155. <https://doi.org/10.15295/bmij.v9i3.1898>
- Data Indonesia. (n.d.). Jumlah Pengguna Internet dan Konsumen Digital Indonesia [Infographic]. Retrieved from <https://dataindonesia.id/infografis/jumlah-pengguna-internet-dan-konsumen-digital-indonesia/>
- Ekawati, W., Utama, I. W. B., & Agustini, N. M. P. (2021). *Pemasaran Media Sosial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran Terpadu*. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(1), 465-484.
- Fadli, M. D., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas E-Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan E-commerce Shopee. *eProceedings of Management*, 8(5).

- Fatihudin, D., & Firmansyah, I. (2019). *The Effect of Service Quality, Product Quality and Customer Satisfaction on Loyalty at The Coffee Bean & Tea Leaf Grand Mall Bekasi*. *Journal of Business and Management*, 8(2), 134-145.
- Fauzi, A., Sarlo, K., Kenny., Hutagaol, J., Samvrana, M. D. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas E-Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda pada PT. Hamsa Tour and Travel. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*.
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh Kualitas E-Service Quality dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Business Studies*, 2(2), 80-105.
- Gerson, F. Richard, 2017. Mengukur Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Penerbit PPM
- Goesth, R., & Davis, L. (2019). *Service quality as a dynamic condition related to a product's tangible, human, and environmental elements*. *Journal of Business Research*, 101, 169-177.
- Handayani, T. (2020). *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan: Konsep, Teknik, Prosedur*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hartini, H., SE, M., & Acai Sudirman, S. E. (2021). *MSDM (Digitalisasi Human Resources)*. Media Sains Indonesia.
- Hasanah, U., & Octavia, D. D. (2022). Pengaruh Kualitas E-Service Quality, Promosi, dan Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen Shopeefood di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*.
- Hendryadi, E. (2019). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Jayaputra, R., & Kempa, S. (2022). Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap repurchase intention melalui e-customer satisfaction pada pengguna shopee food. *Agora*, 10(1).
- Karlina, S., Rosanto, D., & Saputra, I. W. (2019). *Analisis Pelayanan Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Banyuwangi)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 74(1), 17-24.
- Katadata. (2021, May 3). "Shopee Food Resmi Tersedia di Bekasi, Depok, Tangerang, dan Bogor". (Diakses 31 Maret 2023 dari <https://katadata.co.id/safrezi/berita/608a864e278a6/shopee-food-resmi-tersedia-di-bekasi-depok-tangerang-dan-bogor>)
- Khosravi, S., Alizadeh, A., & Kheiri, B. (2018). *Investigating the dimensions of customer satisfaction: a review article*. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 8(1), 120-126.
- Kiliçli, Y., & Nas, Z. (2022). The Effect of Service Quality Through Satisfaction on Loyalty in Higher Education Institutions. *Sarhad Journal of Management Sciences*, 8(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management, Global Edition (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Laksana, A. (2019). *Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli dan Definisi Marketing*. <https://www.ralali.com/blog/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli-dan-definisi-marketing/>
- Laksana, I. K. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas E-Service Quality, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Grab Di Denpasar)*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5383-5410.

- Lesnussa, Y. R. A., Mao, T., Lin, C., & Shih, C. (2021). *The Effect of Service Quality, Price and Promotion on Customer Satisfaction in PegiPegi.com*. <https://doi.org/10.1109/ssim49526.2021.9555193>
- Lim, Y. H., Lee, S., & Lee, H. (2021). *The Impact of Service Quality on Consumer Satisfaction, Brand Trust, and Repurchase Intention*. *Sustainability*, 13(1), 126. <https://doi.org/10.3390/su13010126>
- Marpaung, E. H., Lubis, N. R., & Hutasoit, P. T. (2021). *Analisis Pengukuran Kepuasan Pelanggan pada Industri Jasa dengan Menggunakan Metode Servqual*. *Journal of Applied Business Administration*, 5(1), 9-16.
- Meta, Bain, & Company. *Indonesia Miliki 168 Juta Konsumen Digital, Terbesar di Asean*. Survey Report.
- Musa, A. H., Khalid, S. A., & Ahmad, S. A. (2020). *The Impact of E-Wallet Attributes on Customer Satisfaction and Loyalty in Malaysia*. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 50-70. doi: 10.1108/JIMA-06-2019-0109
- Muslikhah, I., Yuliani, D. E., Akroma, R. N., & Novitasary, A. (2022). Pengaruh Kualitas E-Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Akuntansi Syariah Angkatan 2020 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(4), 1078-1084.
- Mutiawati, M., Setiawan, A. I., & Afriyani, N. (2019). *Penerapan Kualitas E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Pratama Halodoc Tangerang*. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 3(2), 7-14.
- Pertiwi, R. K. (2021). Pengaruh Kualitas E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan pada Industri Perbankan di Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 64-76.
- Prastowo. (2018). *Strategi Promosi Pada Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Instagram Di Surabaya)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2).
- Pudjarti, R. (2019). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(2), 187-199.
- Rimba, H. N., Noermijati, N., & Rohman, F. (2022). The The Effect of Service Quality and Service Experience on Word of Mouth (WOM) with Perceived Value as Mediation. *Journal of Business and Management Review*, 3(11), 783–798. <https://doi.org/10.47153/jbmr311.5282022>
- Ronsumbre, Y. K. (2021). *Pengaruh Promosi dan E-Servqual Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Online di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Undiksha) Tahun 2019* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millennial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Rozi, R. S. (2022). *Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Shopee Food di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Rusdi, R., Parawangi, A., & Malik, I. (2021). Pengaruh Kualitas E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Makassar. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, 2(2), 665-679.

- Septiati, S. S. (2022). *Pengaruh Promosi dan Kualitas E-Service Quality terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Layanan Grabfood di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Shopee.co.id. (2022). *Tentang Kami*. <https://shopee.co.id/about-us>
- Sihombing, F. D. R., & Mardhiyah, A. (2023). PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEEFOOD DI KOTA MEDAN. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 3(1), 68-82.
- Simamora, B. (2018). *Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sofjan Assauri (2019) *Manajemen Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Taher, R. A. (2021). *Pengaruh E-Service Quality dan Promosi Terhadap E-Satisfaction Layanan ShopeeFood pada Generasi Z di Wilayah DKI Jakarta*. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 1-12.
- Tambunan, T., & MM, M. (2019). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Studi Kasus: PT. Bumi Mas Permai*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(2), 132-145.
- Tendatio, J., Siagian, H., & Lubis, T. W. H. (2023). Pengaruh Kualitas E-Service Quality, Harga, Promosi dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pengguna ShopeeFood. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 19-32.
- Tesar, M., & Suprihadi, H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi, Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Gojek Di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(5).
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2020). *Pemasaran Strategik: Teori dan Aplikasi*. Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tobagus. (2018). *Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Lazada Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(1), 1-13.
- Ulum, I., & Muchtar, A. (2018). *E-Service Quality and Its Impact on Online Customer Satisfaction and Loyalty: Empirical Evidence from Indonesia*. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 96(23), 7852-7862.
- Vania, I., & Simbolon, R. (2021). Pengaruh Promo ShopeeFood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan). *Jurnal Ekonomis*, 14(2b).
- Wahyono, A., & Ardiansyah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan ShopeeFood. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 21-33.
- Wahyuni, I. I. (2021). Pengaruh Identitas Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kosmetik Wardah (Studi pada Pelanggan Wardah di Kota Lumajang).
- Warnadi, Y. D., & Aristriyono, I. (2019). *Pemasaran Dasar: Konsep dan Aplikasi*. Graha Ilmu.
- Wulandari, N. A. P., Murti, B., & Suwignyo, P. (2019). *Effect of sales promotion, personal selling, and store atmosphere on impulsive buying behavior in*

Matahari Department Store Denpasar. International Journal of Applied Business and Economic Research, 17(1), 59-68.

Yeh, Y. J., Chen, C. C., & Chen, W. T. (2019). *Enhancing the online shopping experience: The effect of online promotion factors on perceived benefits, satisfaction, and loyalty*. International Journal of Information Management, 45, 319-329. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.12.010