

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurochman, A. F., & Tantra, T. (2023). Pengaruh Airlines Service Quality Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Penumpang Maskapai Low-Cost Carrier. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1327–1345. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3168>
- Alfiyansyah, M. A., Alamsyah, S., & Tanjung, H. (2024). Pengaruh E-Commerce, Literasi Keuangan, Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 972–979. <https://doi.org/10.46306/rev.v5i1.542>
- Ambalao, S., Walean, R., Roring, M., & Rihi, M. L. (2022). Pengaruh Service Quality, Corporate Image dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty yang Dimediasi oleh Customer Satisfaction di Rumah Sakit Advent Manado. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(2), 853. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.2.853-878.2022>
- Anggraini, W., Fadila, S., Pakpahan, R., Hutagaol, J., Indonesia, U. P., Pembangunan, U., & Indonesia, M. (2024). *The influence of digital marketing, e - service quality and e - trust on online purchasing decisions for tokopedia e commerce users at the faculty of psychology, prima indonesia university*. 7, 4413–4425.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. 663 *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Arrahman, A. (2022). Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Kualitas,

pelayanan, dan ketegasan Sanksi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Wilayah Jakarta Timur). *STIE Indonesia Jakarta*, 12(2004), 6–25. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/8544>

Ayu Kumala Dewi, R., & Padmantyo, S. (2025). Pengaruh E-Trust dan E-WOM Terhadap Customer Satisfaction Dengan Customer Loyalty Sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(1), 311–324. <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i1.1694>

Calvin Armando Rahadian, & Olivia Barcelona Nasution. (2023). Pengaruh Gamifikasi Shopee Capit Terhadap Customer Engagement, Customer Experience, Dan Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 95–105. <https://doi.org/10.53916/jeb.v17i2.28>

Delia, R., Yohana, C., & Rahmi, R. (2023). Pengaruh Service Quality dan Product Quality terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada Pengguna E-Commerce diJabodetabek. *Digital Business Journal*, 1(2), 84. <https://doi.org/10.31000/digibis.v2i1.7855>

Delvisa, E., & Riswan. (2023). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Sistem Informasi Akuntansi pada Minat Berwirausaha. *Jurnal EMT KITA*, 7(3), 630–636. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i3.1170>

Deni Krisyanto, & Ayu Ekasari. (2024). Pengaruh Customer Experience Management Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(3), 99–110. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i3.383>

Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada

- Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>
- Efendi, S. C., Dirgantara, I. M. B., Hartoko, W., Rahman, A., Pinasti, R., Fahrul, M., Syahrial, S., Yuliawati, E., Aris Kurniawan, Lili Marlinah, Yosie Noverha, Vina Islami, Ardhana, V. Y. P., Mulyodiputro, M. D., Hidayati, L., Wibowo, R., Astuti Tri Tartiani, Y., Farisca, D., Rahmadani, N., ... Arifudin, A. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Simki Economic*, 5(1), 591–608.
<https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i3.2278>
- Fauziah, F., Febrilia, I., & Agustin Pratama Sari, D. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pengguna E-commerce di JABODETABEK. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 3039–3051.
<https://jim.usk.ac.id/sejarah>
- Fian Arifiona Faradila, & Isymayati Ash Shiddiqy. (2023). Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Digital Marketing Pada Produk Somethinc. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 100–111.
<https://doi.org/10.58192/profit.v3i1.1658>
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–161. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>
- Hapsary, N., Farida, U., & Santoso, A. (2021). Pengaruh E-Commerce, Innovation Capability dan Family Support Terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas

Muhammadiyah Ponorogo. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 128.
<https://doi.org/10.24269/iso.v5i1.654>

Hartanto, I. S., Yuwono, A. R., & Ananda, R. (2021). Fenomena Perilaku Dan Sikap Belanja Offline Dan Online Shopping Pada Masyarakat Millenial Di Jakarta. *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 3(2), 173–188.
<https://doi.org/10.25105/jsrr.v3i2.9427>

Homepage, J., Wayan Agus Sastrawan, I., Krishna Yogantara, K., & Ratih Wijayanti, A. (2024). Bali Journal of Hospitality, Tourism and Culture Research Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty Di Kembali Villas. *Bali Journal of Hospitality, Tourism and Culture Research*, 1(2).
www.balilanguageassistance.com

Jasa, R. (2024). Brand Image And Product Quality On Consumer Loyalty “SKINTIFIC” Through Consumer Satisfaction As An Intervening Variable Brand Image Dan Product Quality Terhadap Consumer Loyalty “SKINTIFIC” Melalui Consumer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 400–412. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Kalengkongan, R. V. J. (2024). Pengaruh E-Commerce Live Streaming Service Dan Keterlibatan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Kanino PremiumClothing Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(3), 762–773.

Katoni, J., & Sijabat, R. (2023). Analisis Pengaruh Brand Image, Price dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Pada Pasien Rumah Sakit

Siloam Lippo Village. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 132–144. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15781>

Kirk, C. P., Chiagouris, L., Lala, V., & Thomas, J. D. E. (2015). How do digital natives and digital immigrants respond differently to interactivity online: A model for predicting consumer attitudes and intentions to use digital information products. *Journal of Advertising Research*, 55(1), 81–94. <https://doi.org/10.2501/JAR-55-1-081-094>

Liubana, A., Kowey, W. O., Alfonso, P. V., & Putra, W. P. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Citra Merek, dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kinerja Penjualan Produk Fashion di E-commerce Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(04), 352–361. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i04.779>

Maharani, & Situru, S. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan E-Commerce Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi Pada PT. Kebun Permata Nusantara Makassar). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 684–692. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>

Maimunah, S., Yusuf, A., & Sunarya, H. (2020). Analisis Sikap, Minat Dan Motivasi Mahasiswa Terhadap Keputusan Menempuh Pendidikan Profesi Akuntansi. *Jurnal Akuntansi (Ja)*, 7(1), 58–70.

Maria Mia Kristanti, Monica Adjeng Erwita, H. K. (2023). *JMBK_MARIA_MONICA_HANSEL_1180-1193.pdf*.

Muhammad Vickry Andrha, & Ravindra Safitra Hidayat. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 124–137. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v3i2.3095>

Muttaqin, A. K. (2024). Economics and Digital Business Review Pengaruh

Digital Marketing dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Online pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen S1 Reguler C Kamis Universitas Pamulang). *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 943–970.

Nugroho, R. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Nasabah PT Prudential Indonesia, Jakarta). *Purposive Sampling*, November 2018, 23–

25.

Nurdin, A. (2019). Immigrant Muslim Generation in Surabaya. *International Conference on*

Da'wa and Communication, 1(1), 134–147.

Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). The Influence of E-Commerce and Financial Technology on Student Consumer Behavior. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281–290.

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>

Prajogo, J. E. (2021). Analisa Pengaruh Digital Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui Online Promotion Dan E-Service Quality Sebagai Variabel Intervening Terhadap Tokopedia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8.

Pria Pratama, Y., Yoga Prasetya, A., Manajemen,), Ekonomi, F., Bisnis, D., & Totalwin, S. (2024). Pengaruh Media Social Marketing Terhadap Customer Loyalty Dan Buying Decision Sebagai Variabel Intervening Terhadap Pengguna Xl-Axiata. *Jurnal Maneksi*, 13(4), 832.

Rena Puspitasari. (2023). Pengaruh Pemasaran Afiliasi E-Commerce pada Media Sosial Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), 1–9. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.257>

Riyanto, J., & Muchayatin, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen

Traveloka Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 49–56.

<https://doi.org/10.55606/jimak.v2i1.899>

Sakinah, M., & Heruwasto, I. (2024). Pengaruh E-Commerce Marketing Stimuli terhadap Trust, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 258–271. <https://doi.org/10.33059/jseb.v15i2.8946>

Santoso, H. B. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan

Online Promotion Dan Customer Experience Sebagai Variabel Intervening Pada Starbucks Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1), 1–15.

Sawitri, A. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64.

Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local, 1(69), 5–24.

Setiadji, A. A., Bintari, S., Kurniawan, E. N., & Rachman, T. (2024). Pengaruh Marketing

4.0 Dengan Mediasi Customer Journey Yang Dimoderasi Oleh User Interface Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1455–1468.
<https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4190>

Subhaktiyasa, P. G. (2024). Pemahaman Komprehensif Perlaku Membolos Siswa. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9, 2721–2731.

Virginia, A. (2012). pada Era Media Baru : Studi Kasus Penggunaan Facebook oleh Digital Natives *. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 1, 77–85.

Wardana, F. P., & Mukharomah, W. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan E-Commerce terhadap Performance Marketing dan Keberlanjutan Bisnis Pada Usaha Oleh-Oleh Khas Kota Solo. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 371–379.
<https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.558>

Wibawa, A., & Tjokrosaputro, M. (2022). *Jmbk_Axel_Miharni_113-125*.

Wibowo, B. A., Kurniawan, M. A., Mujanah, S., & Fianto, A. Y. A. (2025). Pengaruh Currency Dan Co-Creation Terhadap Customer Loyalty Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(3), 4150–4165.
<https://doi.org/10.47467/elmal.v6i3.6018>

Yusvita Aprilyan, Elin Erlina Sasanti, & Isnawati. (2022). Pengaruh E-

Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306.
<https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>

Zelia, Z., & Moch Sabur. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Activities Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3255–3268. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17928>