

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rashid, A., Et Al. (2023). The Influence Of Gender On Purchase Intention On Shopee With Brand Image And Content Marketing Perception As Mediators. *International Journal Of Business And Economics*.
- Adyas, D., & Nur Cahyani, D. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Marketplace Tokopedia Dan Shopee Di Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor. *Economicus: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 14(2), 132–144.
- Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, H. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JSMBI ( Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia )*, 9(2), 114–126.
- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). *Pengaruh Pemasaran Media Online Dan Marketplace Terhadap Tingkat Penjualan Produk Umkm Cn Collection Di Sidoarjo. Media Mahardhika*,. 19(3), 517–522.
- Anggraini, F. D. P., Rahayu, H. K., Inayati, R., & Bongga, S. (2025). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Literasi Malaria. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 6(1), 2276–2284. <https://doi.org/10.31004/Jkt.V6i1.42373>
- Aulia, D., & Pratama, R. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11((1)), 45–56.
- Baehaqi, M. A., Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Customer Satisfaction Dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Widya Manajemen*, 4(1), 21–33. <https://doi.org/10.32795/Widyamanajemen.V4i1>
- Bertuah, E., & Wicaksono, S. M. (2021). Perbandingan Perilaku Belanja Online Melalui Shopee Dan Tokopedia Di Masa Pandemi Covid-19. *Urnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(21).
- Efriyenty, D. (2020). Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengendalian Internal Terhadap Kecurangan Akuntansi Pada Bank Perkreditan Rakyat Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 4(2), 7–16.

<https://doi.org/10.33884/Jab.V4i2.1948>

- Firmansyah, M. H., Fadli, U. M. D., & Suherman, E. (2023). Analisis Komparasi Kualitas Layanan Elektronik Dan Kepuasan Konsumen Pada Shopee Dan Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 18344–18355.
- Hasanah, N., & Hariyono, S. (2022). Analisis Implementasi Green Financing Dan Kinerja Keuangan Terhadap Profitabilitas Perbankan Umum Di Indonesia. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(1), 149–157. <https://doi.org/10.37932/J.E.V12i1.444>
- Huang, X., Wang, Y., & Liu, Z. (N.D.). Xpectation–Disconfirmation In E-Commerce: The Role Of Online Experience Quality. *Journal Of Digital Marketing Research*, 5((1)), 44–59.
- Humairah, A. U., Aidila, N. A., Iswar, A. M., Hariawan, I., & Sahabuddin, R. (2025). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI BELANJA ONLINE. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Ekonomi*, 17(1).
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. *Unitomo Press*, 148, Pertama.
- Kamila, E. R. (2025). *Transfokamila, Edita Rachma. “Transformasi Digital Dan Pertumbuhan E-Commerce : Dampak , Peluang , Dan Tantangan Di Era Modern” 3, No. 2 (2025): 141–45.*
- Keripik, U., Desa, T., Rokhaniyah, H., Retnowati, M. S., & Ardiyanti, D. (2024). *Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku*. 7(1), 184–192.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson Education.
- Kristanto, Y. A. (2025). Analysis Of The Relationship Between E-Service Quality, E-Satisfaction, And E-Loyalty In Indonesia E-Commerce Sector. *Indonesian Journal Of Economics, Business, Accounting, And Management (IJEBAAM)*, 3((3)), 102–113.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam

- Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 3(2), 23–31.
- Lutfiana, D., Yanuar, A., & Sulistiyaningsih, F. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Shopee Dan Tokopedia Menggunakan Metode Gap Analysis Dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(2), 919–929.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Iqtishadequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/Iej.V1i2.542>
- Marketplace, A., Wisata, P., Maps, A. P. I., Mobile, B., & Web, D. A. N. (2021). *Aplikasi Marketplace Pendamping Wisata Dengan Api Maps Berbasis Mobile Dan Web*.
- Maulida, W. U., Andari, T. T., & Yulianingsih, Y. (2024). Pengaruh Brand Trust, Customer Value Dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada CV. Syifa Adventure. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1023–1035. <https://doi.org/10.37481/Jmeh.V4i3.858>
- Merdekawati, A., & Perangin-Angin, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8((2)), 123–134.
- Merdekawati, A., Perangin-Angin, E. S., & Masshitah, S. (2021). PENGARUH KUALITAS APLIKASI MOBILE, KEPERCAYAAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ERA PANDEMI COVID 19. . . *Jurnal AKRAB JUARA*, 6.
- Muhammad Haris Firmansyah, Uus Mohammad Darul Fadli, E. S. (2023). Analisis Komparasi Kualitas Layanan Elektronik Dan Kepuasan Konsumen Pada Shopee Dan Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2). <https://doi.org/10.31004/Jptam.V7i2.9275>
- Mundir. (2019). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. *STAIN Jember Press*.
- Mustakim, N. A., Abdul Karim, Z. H., Kameelah Saud, M., Mokhtar, N., Hassan, Z., & Roseli, N. H. M. (2024). Gender-Based Analysis Of Online Shopping Patterns On Shopee In Malaysia: A J48 Decision Tree Approach. Review.

- Information Management And Business*, 16(3).
- Neliwati. (2018). Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kajian Teori Dan Praktek). In CV. Widya Puspita (Issue 57).
- Ningtiyas, E. A. Y. U., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (N.D.). *Analisis Komparatif Daya Saing Platform E-Commerce Dalam Negeri*.
- Nurhasanah, D., & Yulianingsih, W. (2022). Kualitas Pelayanan Publik Dan Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik*, 3((1)), 34–41.
- Nurul Madania Ayla. (2023). *Analisis Komparatif Tingkat Kesehatan Bank Muamalat Sebelum Dan Saat Masa Pandemi Covid-19” (UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan)*. 55.
- Pakarti, E. N., Fadilah, N., & Ningsih, H. (2022). Time Effect Of Disconfirmation On Marketplace Shopee Users In Yogyakarta. *Journal Of Applied Social Science Research*, 4(2), 87–99.
- Permana, H., & Djatmiko, T. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik ( E-Service Quality ) Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 1.
- Platform, P., Terhadap, D., & Indonesia, U. D. I. (2024). *Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan Umkm Di Indonesia*.
- Purnaningrum, E., Masnuah, M., & Hanifah, H. Z. (2018). Engembangan Pemasaran Oline Dan Pengemasan Produk Berperan Terhadap Hasil Daya Jual. *Urnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2, 29–34.
- Purnaningrum, E., Masnuah, M., & Hanifah, H. Z. (2018). Pengembangan Pemasaran Oline Dan Pengemasan Produk Berperan Terhadap Hasil Daya Jual. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2(1), 29–34.
- Putri, D. A., & Rahmawati, S. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Marketplace. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 15((1)), 55–68.
- Putri, A. B. (2019). Uji Beda Ekspor Dan Impor Indonesia Sebelum Dan Sesudah Terjadi Perang Dagang Amerika Serikat Dan China. In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 71, Issue 1, Pp. 81–90).
- Rahman, F., & Sari, D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan

- Konsumen Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9((2)), 123–134.
- Safrida Hafni Sahir. (N.D.). *Metodologi Penelitian*. 69.
- Sanusi, A., & Tendi. (2022). *IAIN Syekh Nurjati Cirebon Dalam Alur Dinamika Sejarah (1965-2021)*. 1–144.
- Saputra, M. R., & Riyadi, S. (2017). Sistem Informasi Populasi Dan Historikal Unit Alat-Alat Berat Pada PT . Daya Kobelco Construction Machinery Indonesia. *Jurnal Peneltian Dosen FIKOM (UNDA*, 6(2), Pp.1-6.
- Sari, D. P., & Putri, R. N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *Urnal Manajemen Dan Bisnis*, 9((2)), 123–134.
- Sari, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Online. *Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017). *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 69–74.
- Sigid Safarudin, M. (2018). Analisis Kepuasan Pengguna Marketplacetokopedia Denganmetode PIECES Di Tokopedia Community Batam. *Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi*, 1(1), 109–114.
- Sugiono, P. (2020). *Indikator Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Jenis, Dan Fungsinya Bagi Bisnis*.
- Surbakti, G. O. (2023). *How Buttonscarves Uses Social Media And Winning? September*.
- Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). *DAMPAK PENGGUNAAN MARKETPLACE PADA*.
- Syofian Siregar. (N.D.-A). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. 194.
- Syofian Siregar. (N.D.-B). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. (Bumi Aksa, 177.
- Vionita, A., Nduru, R., Herawati, H., & Arnova, I. (2024). *Sosialisasi Dan*



*Edukasi Pemanfaatan Marketplace Dalam Mengembangkan Minat Wirausaha Mahasiswa Guna Menunjang Ekonomi Mandiri.* 159–162.

Wahyudi, K. A. (2024). *Pengaruh E-Commerce Tokopedia Dan Marketplace Facebook Terhadap Media Jual-Beli Digital.* 2(1).

Wijaya, C., S, A., & Hasanah, W. (2018). Pelanggan Dan Kepuasan. *Jurnal Dharmawangsa*, 16–25.

Yuni, I., Syarief, N., & Sembiring, R. (2021). Analisis Perbedaan E-Marketing Mix Pada Toko Online (Studi Pada Shopee Dan Tokopedia). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(4), 1555–1570.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm (7th Ed.).* Mcgraw-Hill Education.





# UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON