

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). *Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber, dan waktu pada penelitian pendidikan sosial*. *Jurnal Historis*, 5(2), 146–150.
- Alim, T., Zufriah, D., & Fathoni, M. I. (2024). *Pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Shopee*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 12(1).
- Darmanto, N., Syaputra, D., & Ridwan, M. (2022). *Pengaruh strategi komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Zeni Kostrad Srengseng Sawah Jakarta Selatan*. *Jurnal Ilmiah Publipreneur*, 10(1), 65–77.
- Firdaus, R. A., & Astuti, B. (2024). *Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Shopee*. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(4).
- Xaviera, W., Riorini, S. V., & Kristaung, R. (2004). *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439.
- Siti Juliaha, L. (2024). *The Role of Content Marketing in Brand Loyalty: An Empirical Analysis. Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli / Loyalitas Konsumen*. *Jurnal EMT KITA*, 9(2), 488–499.
- Astianita A. D., & Lusia, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Word of mouth dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan* *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*,

Rachmawati, I. (2019). *Strategi Komunikator dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pelanggan pada PDAM Kota Sukabumi*. Vol.10 (1). Jurnal Ilmu Administrasi,

Larasati A., Cahyani, N., Roring, F. P., Heriyanti, & Rachmadany, L. (2025). *Peran Komunikasi Terpadu dalam Membangun Loyalitas Konsumen*. Jurnal Impresi Indonesia,

Lando, V. & Oktavianti, R. (2023). *Strategi Marketing Communication dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Brand Makanan*. Jurnal Ilmiah Publipreneur, 10(1), 65–77

Rosalia, D. (2025). *Strategi Komunikasi Digital dalam Pemasaran: Studi Peran Media Sosial dalam Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal Ilmu Komunikasi PROGRESSIO

Marhendrajaya, J. I., & Setiawan, A. A. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Wahyu Mulyo Collection Klaten*. Jurnal Manajemen Perusahaan: JUMPA, 2(1)

Anjas Sari, P. M. S., Yulianthini, N. N., & Suci, N. M. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Minuman Isotonik Merek Mizone Terhadap Loyalitas Merek*. Jurnal Manajemen Indonesia,

Taufiqurrahman, M., Hidayat, H., Yanuar P. “*Pengembangan dan Implementasi Strategi Pemasaran Inovatif untuk Produk Rengginang Mini dalam Industri Makanan Ringan*”. Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (JUTIN)

-

Pemahaman dan Penguasaan Model-Model Komunikasi (Studi Empiris terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi). Vol-6 (1). Journal on Education (JOE)- (2023).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.

Kurniantoro, N., & Sembiring, M. J. (2025). *Pengaruh Omnichannel Marketing terhadap kepuasan pelanggan dan minat beli ulang pada pakaian kasual wanita di Surabaya*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(6), 3769–3786.

Lista, M. W. (2025). *Pengaruh E-WOM, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen pada Shopee*. *Efisiensi: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Ilmu Manajemen*, 1(4).

Marhendrajaya, J. I., & Setiawan, A. A. (2023). *Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Wahyu Mulyo Collection Klaten*. *Progressio: Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Masman Master Manajemen, 2(2), 117–132 Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023).

Melisa, M., Ananda, A. P., Hasibuan, R. S., & Nasution, S. S. (2025). *Analisis hubungan antara strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan di platform*. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 3(3), 111–117

Octaviani, R., Harto, B., & Dwijayanti, A. (2025). *Daya tarik pemasaran digital Shopee terhadap loyalitas pelanggan milenial dan Gen Z*. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(1), 10–19.

Prologia, 7(1), 179–188 Lutvia, F. A., Putri, L. D., & Pitasari, D. N. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Loyalitas Konsumen pada Sayur Oppa*.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-4). Andi.

Zulkifly, M., & Naviera, M. B. (2025). *Penerapan strategi Omnichannel Marketing dalam meningkatkan loyalitas pelanggan (studi kasus UMKM)*. Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Organisasi, 3(1).

Andila, N., & Hayu, R. S. (2023). Kualitas Produk dan Digital Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Tokopedia. *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.32503/revitalisasi.v12i2.4524>

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th Editio). Pearson Education Limited.

Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review dan Online Customer Rating pada Minat Beli Konsumen di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis (JMMB)*.

Fauzi Saipulloh & Lina Lia Febria. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review dan Online Customer Rating pada Minat Beli Konsumen di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis (JMMB)*, 2.

Firdaus, R. A., & Astuti, B. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i4.983>

Hakimah Saputri dan Sardanto. (2022). Pengaruh Flash Sale, Customer Review, dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri). *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/6kr54573>

John W. Creswell & J. David Creswel. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th Editio). SAGE Publications.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson.

Kotler Philip T. Armstrong Gary. (2017). *Principles of Marketing* (7th ed.).

- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *2023: Business, Technology, Society* (18th Globa). Pearson.
- Mokobombang, M. G., & Kusumawati, N. (2023). The Impact of Product Description, Product Photo, Rating, and Review on Purchase Intention in E-Commerce. *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing*.
- Philip, K., Kartajaya Hermawan, & Setiawan Iwan. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Piotrowicz, W., & Cuthbertson, R. (2014). Introduction to the Special Issue: Information Technology in Retail: Toward Omnichannel Retailing. *International Journal of Electronic Commerce*, 18. <https://doi.org/https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415180400>
- Rahmawati, N., & Hasan, I. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Azarine yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12922](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12922)
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From Multi-Channel Retailing to Omni-Channel Retailing: Introduction to the Special Issue on Multi-Channel Retailing. *Journal of Retailing*, 91. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.005>