



## Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Surabaya: Qiara Media.
- Astanty, J. J. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap *Brand Loyalty* Zara di Jakarta.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Cahyadi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut.
- Divina, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan KOI The Mall Kelapa Gading.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: Qiara Media.
- Husnul, N. R., Sadewa, E. P., Ajimat, & Purnomo, L. I. (2020). *STATISTIK DESKRIPTIF*. Pamulang: Unpam Press.
- Map Of E-Commerce in Indonesia. (2022, juni 22). Diambil kembali dari Iprice.co.id: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>
- Keller, K. I., & swaminathan, v. (2020). *Strategic Brand Management : 5th Edition*. London: Pearson.
- Komarudin, & Sarkadi. (2017). *Evaluasi Pembelajaran*. Jakarta: Laboratorium Sosial Politik Press.
- Kotler P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsiple of Marketing*. London: Pearson.
- Kotler P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Managemen Edisi : 4th european Edition*. NHarlow: Pearson Education.
- laudon, K., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce : 13th Global Edition*. New York: Pearson.
- Nindyasari, Y. R. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Spesifikasi Restoran Jepang Tahun 2018. 13-32.
- Nissi, Y. E., & Budiono, Y. (2019). Kepercayaan Merek Sebagai Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Merek.
- Nuryadi, & Astuti, T. D. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA.
- Reynald, M. (2018). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Zalora Indonesia di Jakarta .

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Rizaty, M. A. (2022, Maret 30). *Transaksi E-commerce Indonesia Diproyeksikan Capai Rp 403 Triliun pada 2021*. Retrieved from databoks.katadata.co.id:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/25/transaksi-e-commerce-indonesia-diproyeksikan-capai-rp-403-triliun-pada-2021>

Riziki D. (2022, Maret 20). *E-commerce adalah: Pengertian dan Contoh E-commerce*. Retrieved from Majoo.id: <https://majoo.id/solusi/detail/ecommerce-adalah>.

Ruwahibnatur, N. R., & Prasetya, E. R. (2020). *Statistik Deskriptif*. Banten: Unpam Press.

Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. Sidoarjo: UMSIDA.

Semuel, H., & Putra, R. S. (2018). *Brand Experience, Brand Commitment, Brand Loyalty Pengguna Apple Iphone Di Surabaya*. 69-76.

Stephanie, G. (2020). Pengaruh Promosi Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Preferensi Merek Pengguna Go Food di Wilayah Jakarta Utara.

Syofian, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

Wahyudi, A. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Mahasiswa D3 Marketing. 53-75.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: DEEPUBLISH.

Zalora.co.id. (2022, agustus 5). Retrieved from Zalora.co.id: <https://www.zalora.co.id/men/>

Hak cipta milik IBIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Kota Diindur, i Undan  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.