

## DAFTAR PUSTAKA

- Ah-Keng Kau & Elizabeth Wan- Yiun Loh. (2006). *The Effect of Service Recovery on Consumer Satisfaction : A Comparision Between Complaints*. *Journal of Service Marketing*
- Prasetya, A. (2019). *Media Sosial Mudahan Pelayanan Pelanggan di Era Digital*. from, <https://merahputih.com/post/read/media-sosial-mudahkan-pelayanan-pelanggan-di-era-digital>
- Akdon, & Ridwan. (2013). *Rumus dan Data Dalam Anlisis Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Choi, B., & Choi, B. J. (2014). *The Effects of Perceived Service Recovery Justice on Customer Affection, Loyalty, and Word-of-Mouth*. *European Journal of Marketing*.
- Lovelock, C., & Wright, K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia
- Darmawan, D., (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif. Cetakan Kedua*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Das, K., Tamhane, T., Vatterott, B., Wibowo, P., & Wintels, S. (2018, January). *The Digital Archipelago : How online commerce is driving Indonesia's 88 economic development*. Retrieved October 22, 2019, from <https://www.mckinsey.com/featured-insights>
- Fandy, T. (2004). *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2011). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology (Seventh Edition)*. Singapore: Mc Graw Hill.
- Hidayat, F. (2018, November 20). *Dua Tantangan Industri Perbankan di Era DISRUPSI DIGITAL*. from <https://www.beritasatu.com/feri-awan-hidayat/ekonomi/523335/dua-tantangan-industri-perbankan-di-era-disrupsi-digital>.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga
- Guchait, P., Han, R., Wang, X., Abbott, J., & Liu, Y. (2019). *Examining stealing thunder as a new service recovery strategy: impact on customer loyalty*. 89 *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2018-0127>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro .
- Haslinda, & M, J. (2016). *Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo*. *Akuntansi Peradaban* : Vol. II No. 1.
- Kartajaya, H. (2003). *Marketing In Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

- Wibowo, I. (2020), *E-Commerce Ini Paling Unggul di Peta Kompetisi Indoensia*. from, <https://www.medcom.id/ekonomi/ekonomi-digital/Rb10JQzN-e-commerce-ini-paling-unggul-di-peta-kompetisi-indonesia?p=all>
- Basso, K., & Pizzuti, C. (2016). *Trust recovery following a double deviation*. Journal of Service Research.
- Sudarti, K., & Atika, I. (2013). *Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan melalui Citra dan Service Recovery*.
- Lovelock, C. (2001). *4th edition. Service Marketing :People, Technology, Strategy New Jersey : Prentice Hall*.
- Lovelock & Wright. (2002). *Principles of Service Marketing and Management, 2<sup>nd</sup> edition, Prentice Hall*.
- Lovelock, & Wirtz. (2011). *Service Marketing: People, Technology, Strategy. 7th ed., Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall*.
- Lovelock, C. H., Patterson, P. G., & Wirtz, J. (2015). *Services Marketing: An Asia- Pacific and Australian Perspective, 6th edition*. Sydney: Pearson Australia.
- Martono, N. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif : Anilisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Edisi revisi 2
- Rangkuti, F. (2002). *Creating Effective Marketing Plan*. Teknik membuat rencana pemasaran berdasarkan customer values & analisis kasus
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif: Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Gujarati, D. N. (2006). *Essentials of Econometrics*. New York: MacGraw Hill.
- Sutabri, T. (2012). *Analisis sistem informasi: Penerbit Andi*
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatis dan R&D*. Bandung : PT Alfabet.
- Shopee. (2020). *Tujuan kami, Our Personality, Nilai-nilai Kami*. from, <https://careers.Shopee.co.id/about/>
- Shopee. (2020). *Bantuan Pada keluhan*. from, <https://help.Shopee.co.id/s/>
- Shopee. (2020) *Aplikasi Shopee, Chat dengan Shopee*.
- Shopee. (2020). *Tentang Kami*, from <https://careers.Shopee.co.id/about/>
- Shopee. (2020). *Apa itu Shopee Loyalty?*, from <https://help.Shopee.co.id/s/article/Apa-itu-Shopee-Loyalty>

- Triana, D. , & Widyarto, W. O. (2013). *Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi Di Provinsi Banten. Jurnal Fondasi, Volume 1 Nomor 1.*
- Tandjung, (2004). *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*, Edisi Kedua. Penerbit Bayumedia, Malang.
- Widodo, P. B. (2006). *Reliabilitas Dan Validitas Konstruksi Skala Konsep Diri Untuk Mahasiswa Indonesia. Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro Vol.3 No. 1.*
- Wirtz, J. (2018). *Designing Complaint Handling and Service Recovery Strategies: Winning in Service Markets Series (Volume 11)*. Singapore: WS Professional.
- Zeithmal, Valeria A., Mary Jo Bitner and Dwayne D. Gemler. (2006), *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. 4th ed.*Mc. New York: Graw-Hill.