

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*.
- Agus, Y. (2020). *Paylater Rookie-nya FinTech*.
- Ahdiat, A. (2023). *Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat*.
- Anggreini, R. D., & Suparwati. (2020). Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di Adorable Projects Cimahi Jawa Barat. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 11(01), 91–102.
- Anisa Fitri, N. (2022). Dampak E-Commerce terhadap Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Platform Shopee). *Juli-Desember*, 01(2), 67–77.
- Annur, M. C. (2024). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)*.
- Arya, W. (2021). *Keuntungan E-Commerce Bagi Penjual dan Pembeli*.
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness , dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40–52.
- Ashiq, R., & Hussain, A. (2023). Exploring the effects of e-service quality and e-trust on consumers' e-satisfaction and e-loyalty: insights from online shoppers in Pakistan. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*. <https://doi.org/10.1108/jebde-09-2023-0019>
- Ashoer, M. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pelanggan Situs Toko Online Brodo. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 15(3), 238–251. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i3.4543>
- Aurin, R., & Kusumastuti, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Pay Later. *JCA (Jurnal*

- Cendekia Akuntansi*), 4(2), 82. <https://doi.org/10.32503/akuntansi.v4i2.4522>
- Ayuningtias, T. K., Syaodih, E., & Agung, P. W. (2023). Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting. *Sosial Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik*, 3, 1196–1208. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.1163>
- Azizah, F. N., Puspakaritas, F. N., Pramesti, V. A., Putri, Y. A. S., & Azizah, N. (2021). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP 5 FISIP , UPN “ Veteran ” Jawa Timur. 1*, 56–67.
- Azizah, I. N., Arum, P. R., & Wasono, R. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69.
- Azizi, R. A. (2021). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALITY MELALUI VARIABEL PENGHUBUNG E-SATISFACTION (Studi Kasus : Pelanggan Traveloka di Surabaya)*.
- Barkah, & Nabila, M. E. (2021). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, dan E-WOM Terhadap E-Satisfaction Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Pontianak. *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*, 269–277.
- Cindy, A. M. (2022). *Shopee Paylater, Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan pada 2021*.
- Darmawan, E. S., & Sheila, R. (2022). *Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “ Hasil Riset Ipsos: Shopee jadi E-Commerce yang Paling Banyak Digunakan pada 2021”, Klik untuk baca: <https://money.kompas.com/read/2022/01/31/204500426/hasil-riset-ipsos-shopee-jadi-e-commerce-yang-pali>*.
- Dianti, Y. (2017). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 19, 5–24.
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., & Salim, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan , Electronic Word Of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation

- Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(2), 22–31.
- Fatahila, Y. (2022). *Menengok perkembangan e-commerce di Indonesia*.
- Fitria, N. (2024). *10 Jenis Contoh E Commerce Di Indonesia, Yuk, Intip Daftarnya!*
- Ghozali. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Gudiato, C., Sedyono, E., & Irwan, S. (2022). *Analisis Sistem E - Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing*. 2(1), 6–10.
- Harso, G. F. (2022). Analisis Komparasi Kualitas Layanan Dan Harga Antara Shopee Dan Tokopedia. *GEMAH RIPAH: Jurnal Bisnis*, 02(02), 26–38.
- Ihsan, A., & Mutahir, A. (2023). *Alfian Ihsan 1 , Arizal Mutahir 2 Jurnal Analisa Sosiologi Januari*. 12(1), 17–35.
- Indiana, T. R., Savitri, C., & Pertiwi, W. (2022). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Aplikasi Shopee Pengguna E-Wallet Shopee pay ( Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018-2021 Universitas Buana Perjuangan Karawang ). *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 437–450.
- Inspirasi, S. (2023). *Shopee 6.6 Mega Elektronik Sale Hadirkan Promo Paling Menguntungkan*.
- Ivasty, R., & Fanani, Z. (2020). The Impact of E-Service Quality on E-Satisfaction and Implications on B2C shopee.com the online Repurchase: A case study of Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 06(07), 01–09. <https://doi.org/10.31695/ijasre.2020.33842>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Jayaputra, R., & Kempa, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Jayaputra, R., Sesilya, D., Program, K., Management, B., Manajemen, S., Bisnis, F., & Ekonomi, D. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust

- Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Customer Satisfaction Pada Peng.  
*Universitas Kristen Petra*, 10(1), 1–10.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru( Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau ). *Jurnal Valuta*, 4(1), 71–85.
- Juwaini, A., Chidir, G., Novitasari, D., Iskandar, J., Hutagalung, D., Pramono, T., Maulana, A., Safitri, K., Fahlevi, M., Sulisty, A. B., & Purwanto, A. (2022). The role of customer e-trust, customer e-service quality and customer e-satisfaction on customer e-loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 477–486. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.006>
- Khamila, M. (2020). *Indonesian e-commerce platforms unleash new services to boost sales during Ramadan*.
- Kompas.com. (2021). *Mengenal Paylater, Definisi, Contoh, dan Tips agar Tak Terjebak Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Mengenal Paylater, Definisi, Contoh, dan Tips agar Tak Terjebak”, Klik untuk baca: <https://biz.kompas.com/read/2021/09/18/090000128/mengen>*.
- Kotler, P., & Armstong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 J). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education, Inc.
- Kurniabudi, Sharipuddin, & Assegaff, S. (2015). A Literature Review: Acceptance Models for e-learning Implementation in Higher Institution. *Proceedings of the 2014 International Conference on Advances in Education Technology*, 11(Icaet), 86–89. <https://doi.org/10.2991/icaet-14.2014.20>
- Kuska, D. A. R., Wijayanto, H., & Santoso, A. (2024). Improving The E-Satisfaction and E-Loyalty Based on E-Trust and E-Service Quality on Shopee Customer. *Journal of Consumer Sciences*, 9(1), 22–39.

<https://doi.org/10.29244/jcs.9.1.22-39>

Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.13550>

Listiorini, N. (2022). *Aktivitas Belanja Online di Era Digital sebagai Cerminan Budaya Populer Konten ini telah tayang di Kompasiana.com dengan judul “Aktivitas Belanja Online di Era Digital sebagai Cerminan Budaya Populer”, Klik untuk baca: <https://www.kompasiana.com/nika54327>.*

Luthfihadi, M., & Dhewanto, W. (2013). Technology Acceptance of E-commerce in Indonesia. *International Journal of Engineering Innovation and Management*, 3, 9–18.

Maghfiroh, E. L., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Life Style, Financial Attitude Dan Self-Control Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 7(1), 99–114. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v7i1.5812>

Martio, N. A., Mugiono, & Moko, W. (2023). The mediating role of E-trust in the relationships between E-service quality and E-Satisfaction on Gen Z users Shopee Apps. *Journal of Business and Management Review*, 4(11), 842–856. <https://doi.org/10.47153/jbmr411.8322023>

Mathis, R. ., & Jacson. (2011). *Human Resource Management*. Salemba empat.

Mhijanto. (2020). *Assessing the Impact of COVID-19 on Lazada, Shopee, and Tokopedia in 2020*.

Miftah, P. (2024). *Apa Saja Keuntungan E-Commerce bagi Konsumen? Temukan Di Sini!*

Mubarok, A., & Kurriwati, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Satisfaction Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank Tabungan Negara Bangkalan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(1), 91–97. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i1.11336>

- Muchlis, Wijayanto, G., & Komita, S. E. (2021). Pengaruh E-Satisfaction dan E-Trust terhadap Repurchase Intention Melalui E-Word of Mouth ( E-Wom ) sebagai Variabel Intervening E-Commerce Buka Lapak pada Generasi Millennial. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 18–29.
- Muhani, & Sabillah, H. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Word Of Mouth, Kualitas Website, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1114–1127.
- Mustajibah, T. (2021). Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015. *E-Journal Pendidikan Sejarah*, 10(3), 3–11.
- Nabilah, M. (n.d.). 8 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia, Shopee Paylater Juara. 2023.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *AGORA*, 7(2).
- Neil, J. (2019). *Shopee is now the biggest e-commerce website in Southeast Asia! Read more: Shopee is now the biggest e-commerce website in Southeast Asia! <https://www.gizguide.com/2018/12/shopee-is-the-top-e-commerce-website-in-sea.html#ixzz8X6Y88dkW> Follow us: @gizguide.*
- Novitasari, I. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Universitas Alma Ata Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2018-2021. *Indonesian Journal of Management and Accounting*, 1(2), 76–94.
- Nugrah Leksono Putri Handayani. (2022). E-Commerce Sebagai Penunjang Ekonomi Digital di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(1), 9–14. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v2i1.103>
- Nurakhmawati, R., Purnamawati, A., & Fahmi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 191–204. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1881>

- Nurkhomaria, D., Chamidah, S., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh E-Trust, E-Service Quality, Dan E-Satisfaction Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Shopee. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(3), 620–632. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i3.85>
- Oktariani, T. O., Wisnalmawati, & Darpito, S. H. (2022). The Effect of E-Service Quality, Website Design, E-Trust, and Perceived Risk on E-Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 51–62. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1203>
- Permata, S., & Haryanto, H. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Pay Later. *Krisna Law : Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana*, 4(1), 33–47. <https://doi.org/10.37893/krisnalaw.v4i1.13>
- Pradnyaswari, N. P. I., & Aksari, N. M. A. (2020). E-Satisfaction dan E-Trust Berperan Dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pada Situs E-Commerce Blibli.com. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2683–2703. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p11> ISSN
- Prakosa, D., & Pradhanawati, A. (2020). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 457–464. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28742>
- Pramuditha, R., Hidayah, S., & Herning, I. (2021). Pengaruh Service Quality, E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Konsumen. *Sketsa Bisnis*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2632>
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 12–31. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438>
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>

- Purba, D. S., Tarigan, Wico Jontarudi, Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). *No Title*. 5, 202–208.
- Putri, A. P. Y., Miru, A., & Maskun. (2020). PraPraktik Penyalahgunaan Fitur Kredit (Paylater) oleh Pihak Ketiga melalui Aplikasi Belanja Online Putri, A. P. Y., Miru, A., & Maskun. (2020). PraPraktik Penyalahgunaan Fitur Kredit (Paylater) oleh Pihak Ketiga melalui Aplikasi Belanja Online. *Amanna Gappa*, 28(2), 64–76.
- Ratna, H. S. (2021). *Jangan Gegabah! Ketahui Kelebihan dan Kekurangan Pay Later*.
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(3), 435–448.
- Rini, A. S. A. (2023). *Survei Populix: Shopee Paylater Terpopuler, Gopay dan Akulaku Nomor Berapa? Bisnis.Com*.
- Rini, I. (2022). *11 Metode Pembayaran Shopee yang Wajib Kamu Tahu*.
- Rintasari, D., & Farida, N. (2020). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction (Studi pada Pengguna Situs E-Commerce C2C Shopee di Kabupaten Sleman). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 539–547. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28803>
- Rizkiawan, I. K., Putranti, L., & Puspita, D. (2021). Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap e-loyalty dengan e-satisfaction sebagai variabel intervening pada pengguna e-commerce shopee di Surakarta. *Journal of Management and Digital Business*, 2(3), 150–160. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v2i3.576>
- Roisah, R., Ahha, Z. A., & Angliawati, R. Y. (2022). Upaya Meningkatkan E-Satisfaction Melalui E-Trust Dan E-Service Quality Pada Pengguna Shopee Kota Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(2), 65–76. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i2.745>
- Rojiqin, M. K., Hadi, S. N., & Utomo, Y. T. (2022). Pengaruh E-Service Quality

Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction 1 Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Prespektif Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(4), 1–16.

Romadhiyah, F. T., Hartati, S., & Widyastuti, T. V. (2023). *perlindungan hukum bagi konsumen penyalahgunaan shopee paylater oleh pihak ketiga*.

Safitri, L. A., & Dewa, C. B. (2020). Analisa Pengaruh Masa New Normal Pada Penjualan Online Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 22(2), 117–125. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i2.12494>

Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopeepaylater masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 168.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Bussines*.

Septiningsih, I., Kurniawan, I. D., Adhiyati, Z., Kristiyadi, & Asafita, Y. S. (2021). Jurnal Global Citizen. *Jurnal Global Citizen Jurnal Ilmiah Kajian Pendidikan Kewarganegaraan*, 9(2), 103–119.

Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp111-119>

Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>

Shopee, C. (2024). *Pengaruh e-Trust , e-Service Quality , dan Minat Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee paylater di Platform e- . 1(1)*, 207–212.

Sinambela, L. P. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik*.

Rajawali Press.

- Sinurat, A. E. T., Ramli, A. H., & Purnomo, S. H. (2024). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, E-Customer Satisfaction Terhadap E-Customer Loyalty Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(3), 80–102. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i3.199>
- Soinbala, R., & Bessie, J. L. D. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Oncu's Fruit Dessert). *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 65–83.
- Staff, W. (2019). *Shopee found to be the most popular e-commerce site for Indonesian mothers*.
- Stella, M. (2023). *Hasil Survei Menunjukkan, Shopee Masih Jadi Nomor 1 sebagai Platform Belanja Online Terfavorit*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryati, & Hegiarto, A. S. (2023). Analisis Pengalaman Pengguna Shopee Atas Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Elektronik Terhadap Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 4246–4251.
- Syachrony, M. I., Hamdan, H., & Ilhamalimy, R. R. (2023). The Effect of E-Service Quality, Website Quality, Promotion, and E-Trust on Repurchase Intentions at E-Commerce Shopee in DKI Jakarta. *BASKARA : Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(2), 193. <https://doi.org/10.54268/baskara.v5i2.14197>
- Tanjung, A. A., Syafii, M., Turigan, S. B., & Harahap, W. G. (2022). Analisis Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Model Data Panel. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 567–575. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2223>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3th Ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan* (Prima Edis).

Andi.

Untari, P. H. (2024). *Pengguna Paylater di Indonesia 13,4 Juta Orang, Jawa Barat Terbanyak*. Bisnis.Com.

Wastika, S. (2023). *Perkembangan E-commerce di Indonesia: Masa Depan Perdagangan Digital*.

Wijaya, A. N., Hanik, U., Wulandari, W., Nabila, N., & Kustina, L. (2024). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan , Risiko dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater Di Kabupaten Bekasi Global : Jurnal Lentera BITEP Pendahuluan Perkembangan teknologi menciptakan suatu realitas baru yang dikenal sebagai*. 02(01), 28–41.

Wijayanti, L. S., Setyawati, S. M., & Rahab. (2021). Pengaruh e-security, e-service quality dan e-trust terhadap repurchase intention dengan e-satisfaction sebagai variabel intervening pada konsumen marketplace di indonesia. *Jurnal Ekonomi , Bisnis Dan Akuntansi(JEBA)*, 23(4), 109–121.

Wiliam. (2023). *Fitur-Fitur Terbaik yang Dimiliki Shopee: Membuat Pengalaman Belanja Lebih Menarik*.

Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). The effect of E-Service Quality, E-Trust, Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka's Customer. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 4(3), 1061–1099.

Wu, K., Zhao, Y., Zhu, Q., Tan, X., & Zheng, H. (2011). A meta-analysis of the impact of trust on technology acceptance model: Investigation of moderating influence of subject and context type. *International Journal of Information Management*, 31(6), 572–581.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2011.03.004>

Wulandari, Z. P., Mulyati, A., & Tjahjono, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1), 1–14.

Yanto, R. T. Y., & Anjasari, A. D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce (Studi Kasus Pengguna Toko Online Shopee). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* , 11(1), 1–13.

Yuliara, I. M. (2016). Regresi linier berganda. *Journal Article*, 1–6.

Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh E-WOM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55–69.

Yunitasari, E., Maduwinarti, A., & Mulyati, A. (2022). Pengaruh E-Payment Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Shopee Food Di Kota Surabaya. *Seminar Nasional 2022 “Transformasi Digital Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Pasca Pandemi,”* 141–145.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. McGraw Hill.