

DAFTAR PUSTAKA

- Asari, A., Syaifuddin, E., Ningsi, N., Maria, H., Adhicandra, I., Nuraini, R., & Murti, S. (2023). *Komunikasi digital*. Lakeisha. Retrieved from <https://repository.stikom Yogyakarta.ac.id/385/2/Buku%20Komunikasi%20Digital.pdf>
- Athoillah, F., Samatan, N., & Harianto, F. (2024). Efektivitas Pemanfaatan Fitur Chat Pada Market Place Shopee Sebagai Media Komunikasi Antara Pembeli Dan Penjual Parfum Taqwa. *Gandiwa Jurnal Komunikasi*, 4(2), 41-48.
- Fatrina, D., Kamil, I., & Hasan, A. (2019). Pengaruh Live-Chat dan E-WOM Terhadap Pengambilan Keputusan Transaksi Online pada Marketplace E-Commerce. *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 5(3), 121-129. Retrieved from https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/73271611/pdf-libre.pdf?1634807458=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPengaruh_Live_Chat_dan_E_WOM_Terhadap_Pe.pdf&Expires=1756371149&Signature=Rh2uCPoe-gP~2LfhrFoheiX8YLyEh3lDoUf4y-TKdnsAOijfGkWi7KzkKl
- Frahyanti, F., Syafi'i, M., & Devi, H. (2024). Analisis Faktor-Faktor Konsumen dalam Memilih Belanja di Online Store daripada Offline Store. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 42-49.
- Humaira, E., & Antoro, E. (2024). Analisis Pengaruh Live Chat terhadap Repurchase Intention yang Dimediasi Oleh Trust dan Customer Satisfaction Pada e-Commerce di Indonesia. *Biznesa Ekonomika: Economic and Business Journal*, 1(1), 19-36. Retrieved from <https://www.journal.muc-consultindo.com/index.php/jebizko>
- Indonesia, A. P. (2024, February 7). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Retrieved May 22, 2025, from <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Ismawati. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

- Unismuh Makassar. Retrieved from https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/9084-full_text.pdf
- Kte'pi, B. (n.d.). *Media Richness Theory*. Retrieved May 15, 2025, from Ebsco: <https://www.ebsco.com/research-starters/social-sciences-and-humanities/media-richness-theory>
- Lasmini, A., & Azhar, A. (2025). Exploring User Experience With Chatbot And Live Chat: Its Impact On Customer Satisfaction At Shopee. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 9.
- Livechat Bikin Perusahaan Semakin Dekat dengan Pelanggan*. (n.d.). Retrieved May 9, 2025, from PT Vads Indonesia: <https://www.vads.co.id/berita/livechat-bikin-perusahaan-semakin-dekat-dengan-pelanggan/>
- Nirandra, K., Alifia, K., & Ibnu, N. (n.d.). *Pengertian Customer Relatonship dan 7 Cara Membangunnya*. (n.d.). Retrieved May 6, 2025, from Zahir Online: <https://www.zahironline.com/customer-relationship-adalah/>
- Prayoga, A., Priyadi, Y., & Dharmaputro, S. (2016). Pengaruh Fitur Chatting dan Tawar pada Aplikasi Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Open Library Telkom University*, 3, 2968. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>
- Putri, L., Wardani, A., & Firdausiyah, W. (n.d.). Efektivitas Chatbot sebagai Media Komunikasi E-Bisnis Produk Skincare dengan Sistem CRM pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 11. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.33366/ref.v10i2.4721>
- Queenzharean, F. (2017). Strategi Customer Relationship Management pada Customer Service PT Hijup.com dalam Membentuk Customer Engagement Melalui Live Chat. Retrieved from <https://repository.bakrie.ac.id/1002/1/00%20cover.pdf>
- Rafli, M. (n.d.). *Shopee jadi Marketplate Paling Menguntungkan Bagi Brand Lokal dan Pelaku UMKM*. Retrieved from <https://data.goodstats.id/statistic/shopee-jadi-marketplace-paling-menguntungkan-bagi-brand-lokal-dan-pelaku-umkm-lr1tl>
- Salamatun Asakdiyah, S., Ridwan Hakiki, S., & Hetty Karunia Tunjungsari, S. (2023). *Kepuasan Pelanggan di Era Digital: Strategi untuk*

mempertahankan loyalitas pelanggan jangka panjang. Takaza Innovatix Labs.

Suri, H. (n.d.). *Media Richness Theory*. Retrieved from <https://www.slideshare.net/slideshow/teori-komunikasi-media-richness-theory-hilda-irma-suri-2/36143704>

Tren Belanja Online 2025: Teknologi dan Perilaku Konsumen. (2025, March 4). Retrieved March 17, 2025, from Berijalan: <https://berijalan.co.id/article-detail/tren-belanja-online-2025-teknologi-dan-perilaku-konsumen>

Van Basten, J. (2024). Strategi Komunikasi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima PT Omega Media Global. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(1), 275-284. Retrieved from <https://jurnal.alungcipta.com/index.php/jim/article/view/235/188>

Wardani, K. (2021). Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Metro). Retrieved from <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/4474/1/skripsi%20klara%20aroma%20wardani%20-%20clara%20aroma2.pdf>

Wibisono, A., & Cahyadi, L. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 1, 12-28. Retrieved from <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v1i2.73>

Wibowo, A. (2023). *Teori & Praktik CRM (Customer Relationship Management)*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik. Retrieved from <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/455/4>