

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarobi, A., & Widodo, T. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Publisitas, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Tokopedia. *Jurnal Eduturisma*, 3(1), 196–212.
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/download/5494/2315/>
- Aliansi. (2020). *Pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis e-commerce untuk perusahaan kecil*. Aliansi Publisher.
- Alma, B. (2007). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Angipora, M. P. (2002). *DASAR-DASAR PEMASARAN* (Ed. 2 Revi). Rajawali Pers.
- Aryatiningrum, S. W., & Insyirah, A. I. (2020). Pengaruh Price Discount terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Online Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 946. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p946-953>
- Assauri, S. (2009). *Manajemen pemasaran konsep dasar dan strategi* (1st ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik usaha e-commerce Indonesia 2022*. BPS Republik Indonesia.
<https://www.bps.go.id/id/publication/2023/09/18/f3b02f2b6706e104ea9d5b74/statistik-ecommerce-2022-2023.html>
- Basu Swastha, D., & Irawan. (2001). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.
- Binus Higher Education. (2019). *Strategi Promosi E-Commerce di Indonesia*. Binus University. <https://binus.ac.id/bandung/2019/10/strategi-promosi-e-commerce-di-indonesia/>
- Blessa, R., & Indriani, D. (2022). Pengaruh Diskon Dan Promosi Pada E-Commerce Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 45–57.
- Catriana, E., & Pratama, A. M. (2023). *Survei Populix: E-commerce Masih Jadi Pilihan untuk Belanja Elektronik, Rumah Tangga dan Kesehatan*. Kompas. <https://money.kompas.com/read/2023/08/29/174000326/survei-populix--e-commerce-masih-jadi-pilihan-untuk-belanja-elektronik-rumah?page=al>
- Darmawan, A. (2016). Pengaruh kepuasan dan keluhan terhadap loyalitas merek. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 44-45.
- Dharmmesta, B. S. (1999). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.

- Digima. (2024). Lead Innovation Acceleration. *Strategi promosi produk di Tokopedia*. <https://digima.co.id/strategi-promosi-produk-di-tokopedia/>
- Emor, R. Y. S, Simange, C., Tawas, H. N., & Roring, F. (2020). Pengaruh Price Discount Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Online Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 45–57.
- Emor, Rizky Y.S, & Soegoto, A. S. (2015). Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu. *Jurnal EMBA*, 3(2), 738–748.
- Faradina, A. & Satrio, B. (2016). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Alamanda. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(7), 1-18.
- Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Alfabeta.
<https://ji.unbari.ac.id/index.php/ilmiah/article/download/4285/2039>
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2015). *A first look at communication theory* (9). McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Black, W. C., & Babin, B. J. (2017). *Multivariate Data Analysis* (7). Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *NBER Working Papers*. SAGE Publications.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54–70. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan kasus-kasus pilihan* (125). CAPS (Center for Academic Publishing Service). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/4656>
- Hasan, M. (2018). Pengaruh harga dan potongan pembelian terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(4), 1680-1690.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Erlangga.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen* (128-131). <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jceb/article/viewFile/7433/3749>

- Indibiz. (2024). *Simak Strategi Efektif untuk Mengoptimalkan Bisnis E-Commerce!* PT Telkom Indonesia. <https://indibiz.co.id/artikel/simak-strategi-efektif-untuk-mengoptimalkan-bisnis-e-commerce>
- Jayanti, N. A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Potongan Harga, Voucher Kupon Dan Garansi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Toko Quds Textille Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 322–329.
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p06>
- Kartini, I., Wibowo, E. W., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Berdampak Loyalitas Dalam Berbelanja Online Pada Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 57. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i1.423>
- Kencana, M. R. B. (2023). *Hasil Survei: Tokopedia Jadi E-Commerce Paling Dicari untuk Belanja Elektronik*. Liputan6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5383054/hasil-survei-tokopedia-jadi-e-commerce-paling-dicari-untuk-belanja-elektronik>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (15). Pearson.
- Kristiani, & Nanang. (2012). *Peran strategi customer bonding dan strategi penetapan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Studi kasus: Layanan paket Blackberry)*. Universitas Ciputra Institutional Repository.
- Kumparan Tech. (2022). *Survei: Tokopedia Jadi E-Commerce Favorit Milenial Dan Gen Z*. Kumparan Tech. <https://kumparan.com/kumparantech/survei-tokopedia-jadi-e-commerce-favorit-milenial-dan-gen-z-1yipqNif9Qg/full>
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*, 129. CV. Al Fath Zumar.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2019). *Manajemen pemasaran: Teori dan aplikasi*, 27. Melydrum.
- Liputan6.com. (2025). Perluasan strategi promosi Tokopedia untuk pelanggan baru. *Liputan6*, 1-3. <https://www.liputan6.com/hot/read/5869502/tokopedia-promo->

januari-2025-panduan-lengkap-mendapatkan-diskon-terbaik

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi revisi). Salemba Empat.
- Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis BENEFIT*, 9(2), 111 – 119. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2007). *Perilaku konsumen* (Edisi ke-5). Erlangga.
- Nanda, A. Y. (2023). Analisis Strategi Pemasaran yang Efektif bagi Pengguna E-Commerce. *Jurnal FEBI UINSA*, 1(1), 11–19. <https://doi.org/10.15642/manova.v1i1.346>
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2022). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 2(2), 119–128. <https://doi.org/10.57084/bej.v2i2.771>
- Naurah, N. (2023). *Tokopedia, Platform E-commerce yang Paling Dipercaya UMKM Indonesia*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/tokopedia-platform-e-commerce-yang-paling-dipercaya-umkm-indonesia-xFNde>
- Novianti, Endri, & Darlius. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, VIII(1), 90–108.
- Palilati, A. (2007). Pengaruh nilai pelanggan kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan perbankan di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 73–81. <https://doi.org/10.9744/jmk.9.1.pp.73-81>
- Pangga, F. D. (2023). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pengguna e-commerce Tokopedia di Purwokerto.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15). Pearson.
- Populix. (2023). Survei perilaku konsumen e-commerce di Indonesia. *Populix Report*, 4-6. <https://populix.co.id/survei-ecommerce-2023>
- Putra, A. (2023). Strategi promosi efektif dalam mempertahankan pangsa pasar Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(3), 78–80. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i3.971>
- Rachman, R. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kirani Coffee*. <https://media.neliti.com/media/publications/445697-none-18afd5db.pdf>

- Radji, D. L. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Efektif Dalam Meningkatkan Penjualan E-Commerce. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (Online)*, 3(2), 1734–1741. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/JCM/article/view/2309>
- Rahmadhani, M. V., Nengsih, R., & Edi Wahyu Wibowo. (2022). Promosi dan Loyalitas Pelanggan Travel E-commerce. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(4), 519–525. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet/article/view/769%0Ahttps://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet/article/download/769/302>
- Rahman, F. (2022). Tokopedia sebagai pionir marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 3(1), 15-20.
- Ridwansyah, A. (2017). *Instant marketing for busy people: Rangkuman intisari pemasaran*, 52. Esensi.
- Robinette, S., Brand, C., & Lenz, V. (2001). *Emotion marketing: The Hallmark way of winning customers for life*, 13. McGraw-Hill. https://books.google.com/books/about/Emotion_Marketing_The_Hallmark_Way_of_Wi.html
- Satria, I. R. T. B. (2022). *Tokopedia, e-Commerce Paling Dipercaya dan Nyaman buat Milenial & Gen Z*. Mojok. <https://mojok.co/terminal/tokopedia-e-commerce-paling-dipercaya-dan-nyaman-buat-milenial-gen-z/>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10). Pearson.
- Shimp, T. A. (2000). *Advertising, promotion, and supplemental aspects of integrated marketing communications* (5). Dryden Press.
- Shimp, T. A. (2007). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (7). South-Western Cengage Learning.
- Silalahi, R. (2021). Efektivitas promosi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan e-commerce. *Jurnal Pemasaran Digital*, 8(1), 35-40.
- Sutrisni, E. (2010). Peranan harga dalam keputusan pembelian dan loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2), 90-95.
- Tjahjaningsih, E. (2013). Pengaruh Citra Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang). *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 28(2), 13–27.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2018). *Manajemen pemasaran* (4). Andi Offset.

Unpas. (2023). Perkembangan e-business dan perubahan gaya hidup masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial dan Teknologi*, 5(1), 1-10.
<https://unpas.ac.id/jurnal/ebusiness2023>

Wandira, L. (2025). Evaluasi program promosi Tokopedia untuk pengguna baru. *Laporan Internal Tokopedia*. <https://industri.kontan.co.id/news/yakin-dengan-prospek-e-commerce-di-2025-begini-jurus-tokopedia>

Wiranto, B. S. (2024). *Strategi Pemasaran E-Commerce yang Efektif: Ini 7 Tips Berjualan Supaya Laris Manis*. Alami Sharia.
<https://alamisharia.co.id/blogs/strategi-pemasaran-e-commerce-yang-efektif/>