# DAFTAR PUSTAKA

Adieb, M. (2021). *Mengenal Model Bisnis C2C, Bisnis yang Untungkan Sesama Customer*. Glints.Com.

Arfina, M., & Marpaung, R. (2010). *Konsep Pelaksana E-Commerce* (p. 25).

Audriene, D. (2018). YLKI: Lazada Nomor 1 Paling Banyak Dikeluhkan. *CNN Indonesia*, 1.

Christian, M., & Nuari, V. (2016). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen studi kasus: Belanja online Bhinneka.com. *Jurnal Siasat Bisnis*, 43.

Gani, A. G. (2018). Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya. *JSI (Jurnal Sistem Informasi)*, *2*(2), 71–86.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*.

Girsang, M. J. C., Hendayani, R., & Ganesan, Y. (2020). *Can Information Security, Privacy and Satisfaction Influence The E-Commerce Consumer Trust?*

Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*.

Hardiansyah,F. (2021). *Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction):Pengertian, Manfaat, Cara Meningkatkannya*. Belajarekonomi.Com.

Iswanto, D. (2021). Riset: Tokopedia, Raja E-commerce di Indonesia Kalahkan Shopee dan Lazada. *Akurat.Co*, 1–3.

Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent.* (p. 242).

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing, Global Edition* (p. 237). Lazada. (2012). *Lazada*. Lazada.Co.Id.

Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif* (p. 58).

Masiaga, N. R., Worang, F. G., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Manado Yang Berbelanja Secara Online Di Lazada.com. *Riset Ekonomi, Manajemen,*

*Bisnis Dan Akuntansi*. 46

Pavlou, & Paul, A. (2010). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 35.

Peter. (2018). Pesanan Belum Dikirimkan, Lazada Tidak Memproses Refund. *News.Detik.Com*, 1.

Pratama, K. R. (2020). Lazada Kebobolan, 1,1 Juta Data Pengguna RedMart Diretas. *Kompas.Com*, 1.

Rachmawati. (2021). Proses Pengembalian Barang Di Lazada Lama. *Mediakonsumen.Com*, 1.

Rakasiwie, B., & Ekasasi, S. R. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Penjual Online Pada Situs Bukalapak.Com. *Ilmiah Mahasiswa*.

Rheny, S. (2021). *Fulfillment: Pengertian, fungsi, alur, dan 5 modelnya dalam ecommerce*. Ekrut.Com.

Safitri, A., Kusumastuti, E., & Haryanti, T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto). *Optimal*.

Salsabila, K. Q., & Sari, D. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood. *Journal of Management*.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.

Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing. Essex: Pearson* (p. 63).

Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan*.

Supriyantini. (2014). Pengaruh Efficiency, Fulfillment, System Availability, Dan

Privacy Terhadap Esatisfaction (Survei pada Nasabah PT. Danareksa Sekuritas Cabang Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2.

Tjiptono, & Chandra. (2012). *Service, Quality, & Satisfaction* (p. 70).

Trisnawati, O. M., & Fahmi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik(EServqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, *4*(2), 176.