

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Nuryati, A. F. Malik, F. A. Ernawati, and ..., "Meningkatkan Keuntungan Bisnis dengan Pemanfaatan Fungsi Business Intelligence," *J. Ekon. ...*, vol. 4, no. 5, pp. 901–910, 2023, [Online]. Available: <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/1513%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/article/download/1513/940>
- [2] A. Yunistira and H. Fudholi, "Analisis Penerapan Model Business Intelligence pada Aplikasi Payment Point Online Banking dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran (Studi Kasus: Aplikasi ApotikKuota) Analysis of Business Intelligence Model Implementation in Payment Point Online Banking to I," *J. Ilmu Komput. Agri-Informatika*, vol. 7, pp. 1–10, 2020, [Online]. Available: <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jika>
- [3] L. Dwi Uluvianti, I. Made Bayu Dirgantara, and D. Quirira Octavio, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Beberapa E-Commerce," *Diponegoro J. Manag.*, vol. 11, no. 6, pp. 1–9, 2022, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- [4] T. Kinanti, "Pengaruh Customer Relationship Management (Crm), Kualitas Pelayanan, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia," 2022.
- [5] M. Yasir, N. Khoirunnisaa, D. F. Alfarabi, and ..., "Penerapan Business Intelligence Dalam Analisis Perilaku Konsumen Online Shopping Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara ...," *J. Sist. ...*, vol. 4, no. 2, pp. 99–106, 2023, [Online]. Available: <http://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/junsibi/article/view/893%0Ahttp://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/junsibi/article/download/893/410>
- [6] P. Dan and P. Sistem, "INFORMASI DALAM APLIKASI SURAT," pp. 11–19.
- [7] Berlin and Y. C. Giap, "Penerapan Business Intelligence Pada Cv. Tanggamas Chemical Dengan Metode Olap," *Algor*, vol. 2, no. 1, pp. 57–65, 2020.
- [8] V. Ilhadi and D. Ardiansyah, "Aplikasi Reminder Jadwal Kegiatan Berbasis Mobile," pp. 78–85.
- [9] A. Info, "BUSINESS INTELLIGENCE DAN KESUKSESAN BISNIS di ERA DIGITAL," vol. 1, no. 2, pp. 41–47, 2021.
- [10] C. Anam, "Commerce Platforms in the Digital Era Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Platform E-Commerce di Era Digital," vol. 5, no. 1, pp. 783–791, 2024.

- [11] G. I. Subagio, R. Jawhar, A. Joseph, and I. Wibowo, "Hubungan Personalisasi Iklan , Keterlibatan Konsumen , dan Manfaat Strategis Terhadap Nilai dalam Konteks : Studi Empiris dari Perspektif Ekosistem Layanan," vol. 2, no. i, 2020.
- [12] F. J. Haloho and E. Parahyanti, "Personalized Online Advertisements as A Means of Enhancing Purchase Intention : The Mediating Effect of Advertising Value," 2020, doi: 10.24167/psidim.v19i2.2650.
- [13] A. B. Pertiwi, H. Ali, F. Dwikotjo, and S. Sumantyo, "Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada E- Commerce Shopee," vol. 1, no. 2, pp. 537–553, 2022.
- [14] G. Whimphie Billyarta and E. Sudarusman, "Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee Di Sleman Diy," *Optimal*, vol. 18, no. 1, pp. 41–62, 2021.
- [15] M. I. A. Niffari, "Pengaruh Harga, Promo Gratis Ongkir, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood (Studi Kasus Pengguna Shopeefood Di Semarang)," (*Doctoral Diss. UPT. Perpust. Undaris*)., 2023.
- [16] C. Budianto, T. Hidayah, and B. Qomaruzzaman Ratu Edi, "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di E-CommerceShopee," *JMBI J. Manaj. Bisnis dan Inform.*, vol. 4, no. 1, pp. 66–80, 2023, doi: 10.31967/prodimanajemen.v4i1.910.
- [17] A. Gandini, "Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi Tinjauan Literatur : Business Intelligence dalam Peningkatan Kinerja," vol. 1, no. 1, pp. 25–34, 2024.
- [18] R. W. Firmansyah, J. Susyanti, and E. Dianawati, "Implementasi Business Intelligence Guna Meningkatkan Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Ojek Online," *e-Jurnal Ris. Manaj.*, vol. 11, no. 18, pp. 39–51, 2022.
- [19] SambodoRioSasongko, "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *J. Ilmu Manaj. Terap.*, vol. 3, no. 1, pp. 104–114, 2021, doi: 10.31933/jimt.v3i1.707.
- [20] D. K. Gultom, M. Arif, and Muhammad Fahmi, "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan," *MANEGGIO J. Ilm. Magister Manaj.*, vol. 3, no. 2, pp. 273–282, 2020, [Online]. Available: <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- [21] S. L. Nasution, C. H. Limbong, and D. A. Ramadhan, "PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)," *Ecobisma (Jurnal Ekon. Bisnis Dan Manajemen)*, vol. 7, no. 1, pp. 43–53, 2020, doi: 10.36987/ecobi.v7i1.1528.

- [22] Asyari and N. Bachri, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Belanja Online Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh," *J. Visioner Strateg.*, vol. 9, no. 1, pp. 30–34, 2020.
- [23] A. W. Rahma and S. Ekowati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada E-Commerce Shopee," *J. Manaj. Modal Insa. Dan Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 10–17, 2022.
- [24] D. T. Pramudita, N. F. Gunawan, M. C. Ningsih, and R. Adilah, "Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk," *J. Manaj. Pendidik. dan Ilmu Sos.*, vol. 3, no. 1, pp. 2–13, 2022.
- [25] D. Pranitasari and A. N. Sidqi, "Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius," *J. Akunt. dan Manaj.*, vol. 18, no. 02, pp. 12–31, 2021, doi: 10.36406/jam.v18i02.438.
- [26] K. K. Rafiah, "Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia," *Al Tijarah*, vol. 5, no. 1, p. 46, 2019, doi: 10.21111/tijarah.v5i1.3621.
- [27] A. Syaifuddin and M. Ningsih, "Penerapan Metode Content-Based Filtering Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Marketplace Tokopedia," *J. Responsif*, vol. 5, no. 2, pp. 185–194, 2023, [Online]. Available: <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jti>
- [28] A. N. E. Prasetya, "Analisis Adanya Pay Later Dalam Marketplace Terhadap Daya Beli Masyarakat," *J. Revenue*, vol. 3, no. 2, pp. 593–601, 2023.
- [29] P. Kepuasan *et al.*, "The Effect Of Customer Satisfaction And Loyalty On Brand Equity Shopee," *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 3, no. 4, pp. 2378–2386, 2022, [Online]. Available: <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- [30] A. Wulandari and K. Anwar US, "Analisis Manajemen Pemasaran Pada Aplikasi Shopee Dan Tokopedia," *Transekonomika Akuntansi, Bisnis dan Keuang.*, vol. 1, no. 3, pp. 295–301, 2021, doi: 10.55047/transekonomika.v1i3.49.
- [31] T. H. E. Comparative *et al.*, "Копытов А. А. 1 , Степанова Ю. С. 2 , Овчинников И. В. 1 , Волобуева Е. В. 2," vol. 31, no. 1, pp. 82–87, 2023.
- [32] N. N. Utami, "Analisis Perbandingan Minat Beli Konsumen Pria dan Wanita Berbasis Brand Ambassador (BTS) pada Marketplace Tokopedia," *J. Adm. dan Bisnis*, vol. 17, no. 1, pp. 21–25, 2023, [Online]. Available: <http://jurnal.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/view/3233>
- [33] Z. Ardian and A. Rusadi, "ANALISIS PERBANDINGAN FIELD DATA OPTICAL DISTRIBUTION POINT DENGAN SYSTEM DATA UNFIELD INVENTORY MANAGEMENT PADA UNIT ACCESS OPTIMA DATA &

MAINTENANCE PT . TELKOM INDONESIA WITEL SUMUT
COMPARATIVE ANALYSIS OF THE OPTICAL DISTRIBUTION POINT
DATA FIELD WITH THE UNFIELD INVENTORY MANAGEMENT DATA
SYSTEM IN THE OPTIMA DATA & MAINTENANCE ACCESS UNIT PT .
TELKOM INDONESIA WITEL SUMUT,” vol. 10, no. 1, pp. 116–120, 2024.

[34] D. Penelitian, I. Pendidikan, N. Suriani, and M. S. Jailani, “Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau,” vol. 1, pp. 24–36, 2023.

[35] P. Kesehatan and D. A. N. Keselamatan, “KERJA KARYAWAN PT . KBU BAYUNG LENCIR KABUPATEN,” vol. 4, no. 2, pp. 84–93, 2023.

[36] P. Kemala, D. Lubis, J. M. Maha, F. Ekonomi, and U. N. Medan, “PENGARUH MENTAL DAN MODAL BERWIRSAUSAHA TERHADAP VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA PENDIDIKAN,” vol. 10, no. 1, pp. 50–61, 2021.

[37] Z. Yunizar *et al.*, “ANALISIS SENTIMEN PADA TWITTER TERHADAP APLIKASI MOBILE JKN MENGGUNAKAN METODE NAÏVE BAYES

CLASSIFIER SENTIMENT ANALYSIS ON TWITTER REGARDING THE JKN MOBILE APPLICATION USING THE NAÏVE BAYES CLASSIFIER METHOD,” vol. 9, no. 2, pp. 103–111, 2023.

- [38] U. Muslihatul Badriyah and E. Munandar, “Pengaruh Dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Periode 2010-2019,” *J. Ekon. Rabbani*, vol. 1, no. 1, pp. 21–31, 2021, doi: 10.53566/jer.v1i1.10.
- [39] L. R. Utami and V. W. Sujarweni, “MIKRO KECIL DAN MENENGAH (Studi Kasus Di Kota Yogyakarta) ROLE OF FINANCIAL INSTITUTIONS ON SMALL AND MEDIUM BUSINESS,” vol. 9, 2020.
- [40] M. Kualitas and P. Kepuasan, “PENERAPAN METODE SERVQUAL PADA SKALA LIKERT UNTUK MENDAPATKAN KUALITAS PELAYANAN KEPUASAN PELANGGAN Muryan Awaludin 1 , Hari Mantik 2 , Fadli Fadillah 3 1”.
- [41] M. Menabung and D. I. Bank, “Volume 4 Nomor 1, Tahun 2021 PENGARUH LITERASI EKONOMI SYARIAH TERHADAP MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK SYARIAH,” vol. 4, no. 2015, pp. 99–109, 2021.
- B. A. B. Iii and A. J. Pend