

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, R.. & Srinivasan, S.S. 2003. E-satisfaction and e-loyalty: a contingency framework, *Psychology & Marketing*.
- Annisa, D. 2019. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman 2015 - 2017). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1): 248–261.
- Asakristiani, V.A. & Mulyandi, M.R. 2021. Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Aplikasi Jenius. 1(02): 418–423.
- Budiman, A., Yulianto, E. & Saifi, M. 2020. Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E- Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Profit*, 14(01): 1–11.
- Chase, R.B., Jacobs, F.R., & Aquilano, N.J. 2006. *Operations Management for Competitive Advantage. (11th ed.)*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Engel, J.F., Blackwell & Miniard 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fitriani, A. 2018. *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Shopee)*. UIN Alauddin Makassar.
- Gefen, D. 2000. E-commerce: The role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6): 725–737.
- Ghozali, I. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*, 113.
- Hanna, N. & Wozniak, R. 2001. *Consumer Behavior: An Applied*

Approachfile:///C:/Users/ASUS/Downloads/Documents/27126-ID-analisis-pengaruh-e-service-quality-terhadap-customer-satisfaction-yang-berdampa.pdf. PLoS Medicine, .

Hasmi, V.D., Rosha, Z., Manajemen, J. & Hatta, U.B. 2014. *Pengaruh Experiential Marketing , Trust Dan Customer Satisfaction*. Universitas Bung Hatta.

Hatane Samuel & Nadya Wijaya 2009. Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, Dan Loyalty Pada Pt. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(1): 23–37.
Tersedia di
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/18083>.

Hoe, L.C. & Mansori, S. 2018. The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing*, 3(1): 20.

Ilawati, T. 2021. *Pengaruh E-Service Quality, E-Satisfaction dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pelanggan Shopee*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Ivoni, D., Santika, I.W. & Suryan, A. 2015. Pengaruh Persepsi Harga, Orientasi Merek dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Fashion Online. 4(4): 898–911.

Japarianto 2012. Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud 2016*, 5(8): 5264–5273.

Jarvenpaa, S.L., Tractinsky, N., Saarinen, L. & Vitale, M. 1999. Consumer trust in an internet store: A cross-cultural validation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5(2).

- Jhonson, M. 2019. *Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction dan Loyalty (Studi Pada Pengguna Shopee di Medan)*. Universitas Sumatera Utara.
- Jonathan, H. 2013. Analisis Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction yang Berdampak pada Customer Loyalty PT Bayu Buana Travel Tbk. *The Winners*, 14(2): 104.
- Kasih, S.S. & Moeliono, N.N.K. 2020. Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Sorabel Di Bandung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi ...*, 5(4): 780–791.
- Kassim, N. & Asiah Abdullah, nor 2010. The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings: A cross cultural analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(3): 351–371.
- Kinanti, F. & Baridwan, Z. 2013. Analisis Determinan Sistem Informasi E-Ticketing: Pendekatan Extenden Theory of Planned Behaviour. 1(1).
- Komara, A.T. 2013. Pengaruh E-Service Quality Dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Satisfaction Serta Implikasinya Pada E-Loyalty Pelanggan Maskapai Penerbangan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 7(2): 109. Tersedia di <http://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/jebe/article/view/100>.
- Kotler 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid I. Edisi Millenium, Jilid 1, .*
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran. Jilid I, Edisi. Kedua belas.*
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. E ed. Jakarta: Erlangga.*
- Lau, G.T. & Lee, S.H. 1999. Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market-Focused Management*, 4(4): 341–370.
- Laurent, F. 2016. Pengaruh E-service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan Go-jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, 4(2): 95–100. Tersedia di <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/7720>.

- Lee, N., Sha, B.L., Dozier, D.M. & Sargent, P. 2015. The role of new public relations practitioners as social media experts. *Public Relations Review*, 41(3): 411–413.
- Lee, S., Amer, Y. & Luong, L. 2009. *Optimizing order fulfillment in a global retail supply chain. Australia: University of South Australia.* Australia: University of South Australia.
- Liao, Z. & Cheung, M.T. 2002. Internet-based e-banking and consumer attitudes: An empirical study. *Information and Management*, 39(4): 283–295.
- Mangkunegara, A.P. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Perusahaan.* Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Peterson, R.A., Balasubramanian, S. & Bronnenberg, B.J. 1997. Exploring the Implications of the Internet Consumer markets are heterogeneous and complex , and the Internet is but. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(4): 329–340.
- Prakoso, D.D. & Rofiq, A. 2015. Analisis Efektivitas Iklan PT. Traveloka Indonesia di Televisi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Prisanti, M. Della, Suyadi, I. & Arifin, Z. 2017. Pengaruh E-Service Quality dan E-Trus terhadap E-Customer Satisfaction serta Implikasinya terhadap E-Customer Loyalty. *Journal of Business Studies*, 2(1): 20.
- Rachman, A.A. & Kusuma, N.I. 2020. Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Penghubung E-Satisfaction (Studi Kasus: Pelanggan Traveloka di Surabaya). *Jurnal Sosial Ekonomi dan Politik*, Volume 2(No 3).
- Ranjbarian, B., Fathi, S. & Rezaei, Z. 2012. Factors Influencing on Customers' E-Satisfaction: A caseStudy from Iran., *Journal of contemporary research business*, vol. 3 (9).
- Rofiq, A. 2007. Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia). *Universitas Brawijaya*, 157.
- Sabihaini 2002. Analisis Konsekuensi Keperilakuan Kualitas Layanan: Suatu Kajian Empirik.

Usahawan, 29–36.

Santika, I.W. & Pramudana, K.A.S. 2018. Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel Di Bali. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 1(3): 278–289.

Schiffman & Kanuk 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7 ed. Jakarta: Indeks.

Sebastianelli, R., Tamimi, N. & Rajan, M. 2011. How Shopping Frequency And Product Type Affect Consumers Perceptions Of E-Tailing Quality. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 5(1): 89–100.

Setiadi 2008. *Konsep dan Proses Keperawatan Keluarga*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Simomora, B. 2013. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Portiftable*. 1 ed. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

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

Stanton, W. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Sugara, A. & Dewantara, R.Y. 2017. Analysis of Trust and Satisfaction with the Use of the Online Buying and Selling Transaction System (Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online). 52(1): 8–15.

Sumarwan, U. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Tjiptono, F. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. 2 ed. Yogyakarta: ANDI.