DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, A. O. R. M. N. K. (2017). Exploring the role of website quality and hedonism in the formation of e-satisfaction and e-loyalty: Evidence from internet users in India. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 246–267.

Amalianti, I. (2018). Pengaruh Brand Image Produk Private Label Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, *3*(2), 24. https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i2.931

Aminsyah, I., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh Website Quality, E-Trust, E-Satisfaction dan Switching Barriers Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Pengguna Itemku.com). *Vol. 2 Nomor 2*, *11*(1), 1–14.

Bank Mandiri. (2021). Laporan Tahunan 2021 PT Bank Mandiri, Tbk. *Melanjutkan Transformasi Digital & Inovasi Perbankan*, 1–1314.

BNI. (2021). *Annual Report 2021*.

BRI. (2021). *Annual Report 2021*.

BTN. (2021). *Transformasi Menuju Best Mortgage Bank (Annual Report)*.

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. https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.1

Fadhilah, N. (2021). *Pengaruh E-servicescape dan E-service Quality terhadap E-satisfaction Pada Tokopedia*.

Furadantin, N. R. (2018). ANALISIS DATA MENGGUNAKAN APLIKASI SMARTPLS V.3.2.7 2018. *Academia (Accelerating the World's Research)*, 1–8.

Ghozali, I. (2011). *INTELLECTUAL CAPITAL DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN; SUATU ANALISIS DENGAN PENDEKATAN PARTIAL LEAST SQUARES*. *19*(19), 1–31.

Ghozali I. dan Latan H. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Ed. Ke-2. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

Griffin. (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Erlangga.

Hair, Joseph., Black, William., Babin, B. (2010). Multivariate Data Analysis: A Global Perspective. *Seventh Edition*.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeli. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *43*(1), 115–135.

Hur, Y., Ko, Y. J., & Valacich, J. (2011). A Structural model of the relationships between sport website quality, e-satisfaction, and e-loyalty. *Journal of Sport Management*, *25*(5), 458–473. https://doi.org/10.1123/jsm.25.5.458

Jurnadi. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Pelanggan Jd.Id Di Pontianak. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(1), 44–53.

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 Manajemen*, *5*(4), 780–791. http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/15512

Kotler, K. &. (2009). *Marketing Management*.

Magdalena, A. (2018). Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, dan E-Loyalty Dalam Konteks E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Strategi Pemasaran*, *5*(2), 1–11.

Mar'ati, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening Pada Aplikasi Shopee. In

Jurnal Strategi Pemasaran (Vol. 7, Issue 2).

Maulana, D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Loyalty Pada Aplikasi Ovo Melalui E-Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *2*(1), 1–7.

Melinda. (2017). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pelanggan Go-Jek Melalui E-Satisfaction Pada Kategori Go-Ride. *Agora*, *5*(1), 1.

Michael R. Solomon. (2011). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Global Edition*.

Nursiswati, N. M. (2021). *Dorong Transaksi Digital, Bank Mandiri Hadirkan Program Undian Livin' To The Max*.

P, Kotler & Keller, K. . (2012). Marketing Management (14th). *Pearson Education*.

Parasuraman, VA, Z., & A., M. (2003). *A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*. 1–21.

Prakosa, D., & Pradhanawati, A. (2020). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *9*(4), 457–464.

Putra, W. B. T. S. (2022). Permasalahan, Kepercayaan Umum dan Prosedur Penggunaan Partial LeastSquares Structural Equation Modeling Pada Penelitian Bisnis. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, *14*(May), 1–20. https://doi.org/10.5281/zenodo.6545357

Ramayah. (2018). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3.0: An Updated and Practical Guide to Statistical Analysis. *Pearson Singapore*.

Ranjbarian, B., Sanayei, A., Kaboli, M. R., & Hadadian, A. (2012). An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-purchase

Intention in Iranian Department Stores. *International Journal of Business and Management*, *7*(6), 40–48. https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n6p40

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Springer.*

Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Popolo Coffee. *Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *9*(2), 114–126. http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/2819/2206

Srinivasan, S. S. & R. E. A. (2003). E-satisfaction and e-loyalty: A contingency framework. *Psychology & Marketing*, *20*(2).

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*.

Suprapti, S., & Suparmi. (2020). Membangun e-Loyality dan e-Satisfaction melalui e-Service Quality Pengguna Goride Kota Semarang Development of e-Loyality and e-Satisfaction through quality of e-Service for GoRide User. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, *6*(2), 240–255. https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3795

Swasta, B. H. H. (2015). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan. Perilaku Konsumen.* BPFE.

Widowati, H. Y. (2016). Analisis Faktor Pembentuk E-Loyalty. *Ajie*, *1*(2), 115–130. https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss2.art3