

DAFTAR PUSTAKA

- Aminsyah, I., Yulianti, A. L., Komunikasi, F., Bisnis, D., Telkom, U., Fakultas, D., Dan, K., Telkom, U., & Barriers, S. (2019a). *Pengaruh Website Quality , E-Trust , E-Satisfaction Dan Switching Barriers Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Pengguna Itemku . Com) the Effect of Quality Website , E-Trust , E-Satisfaction and Switching Barriers on E-Loyalty (Study in Itemku . Com Users)*. 6(2), 4545–4555.
- Aminsyah, I., Yulianti, A. L., Komunikasi, F., Bisnis, D., Telkom, U., Fakultas, D., Dan, K., Telkom, U., & Barriers, S. (2019b). *Pengaruh Website Quality , E-Trust , E-Satisfaction Dan Switching Barriers Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Pengguna Itemku . Com) the Effect of Quality Website , E-Trust , E-Satisfaction and Switching Barriers on E-Loyalty (Study in Itemku . Com Users)*. 6(2), 4545–4555.
- Assael, H. (1990). *Assael marketing: Principles & Strategy*. Publisher:Thomson Learning.
- 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>
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage. 11th Ed*. McGraw Hill Education.
- Destari, I. W. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan kepercayaan terhadap Loyalitas pelanggan pada PT. Ojek Syar'I Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/17338>
- Faizah, N., & Sanaji, S. (2022). *Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Loyalitas dengan Trust sebagai Variabel Intervening terhadap Penggunaan Aplikasi Warung Pintar*.
- Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Penerbit Erlangga.
- Hidayah, R. T. (2017). Pengaruh E –Trust Dan Marketing Public Relation Terhadap E – Loyalty Konsumen Situs Jual Beli Lazada. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 02(2), 1–17.

- Ho, C. I., & Lee, Y. L. (2007). The development of an e-travel service quality scale. *Tourism Management*, 28(6), 1434–1449. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.12.002>
- Husni, F. (2023). Pengguna e-commerce shopee di makassar. *Journal of Business, Technology, & Social Science*, 1(2), 1–11.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, K., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management (12th ed)*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Principles Of Marketing Kotler 14th Edition Pearson. *Pearson Education Limited, Essex, England*.
- Lady, Lady, & Novita, N. (2023). Analysis Of The Effect Of *E-service quality* On Customer E-loyalty Through Customer Satisfaction In Using *Online Transportation Applications* Analisis Pengaruh *E-service quality* Terhadap E-loyalty Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 932–943.
- Lee, G. G., & Lin, H. F. (2005). Customer perceptions of *E-service quality* in online shopping. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 33(2), 161–176. <https://doi.org/10.1108/09590550510581485>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust . *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- Melawati, A., Welsa, H., & Maharani, B. D. (2024). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal* Pengaruh *E-service quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai Variabel Intervening pada Aplikasi *Belanja Online Shopee : Studi pada Mahasiswa Kota Reslaj : Religion Education S. 6*(1), 29–47. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.2716>
- Novyantri, R., & Setiawardani, M. (2021). The Effect Of *E-service quality* On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As A Mediation Variable On Dana's Digital Wallet (Study On Dana Users) Pengaruh *E-service quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Dompot Digital Dana (Studi Pada Pengguna Dana). *International*

Journal Administration, Business and Organization (IJABO) |, 2(3), 49–58.
<https://ijabo.a3i.or.id>

Nyoman, N., Yasa, K., Made, N., & Anggraeni, S. (2012). *E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DALAM PENGGUNAAN INTERNET BANKING* (Vol. 16, Issue 2).
<http://jurkubank.wordpress.com>:Telp.+62361224133;Fax.+62361241929

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>

Pinotoan, W. (2013). Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA, Vol.1 No.4(4)*, 192–201.

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. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 278–289.
<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.35>

Septiani, R. (2020). THE EFFECT OF *E-SERVICE QUALITY*, PERCEIVED PRICE, AND SALES PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY TROUGH CUSTOMER SATISFACTION (Study On Customer Of *Online* Transportation Service Provider-Gojek In Yogyakarta). In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 17, Issue 2).

Stanton, W. J. (1994). *Fundamentals of Marketing, 10th Ed.* Kogakusha, McGraw-Hill Book Company.

Susanto, S. A. (2018). PENGARUH e-SATISFACTION & e-TRUST KONSUMEN HOTEL TERHADAP *ONLINE* REPURCHASE INTENTION di Traveloka. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Suwondo, A., & Marjan, F. I. (2017). ANALISIS PENGARUH E-KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP E-LOYALITAS PELANGGAN ACCESS BY KAI BERDASARKAN E-SERVQUAL PADA PT KERETA API INDONESIA (Persero) DAOP IV SEMARANG Program Studi Komputerasi Akuntansi , Politeknik Negeri Semarang PENDAHULUAN Pada era globa. *SentriNov*, 3, 338–360.

- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh *E-service quality* dan *E-Trust* Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(1), 36–44. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i1.1593>
- Widiaputri, Y. S., Suharyono, & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh *E-service quality* Terhadap Perceived Value dan E- Customer Satisfaction (Survei pada Pelanggan Go-Ride yang Menggunakan Mobile Application Go-Jek di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(1), 1–10.
- Wijaya, D., Supeni, R. E., & Rozzaid, Y. (2022). Citra Merek, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transpportasi *Online*. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 72–82. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3867>
- Zahra Mansyriah, H., & Shinta Dewi, R. (2023). Pengaruh *E-service quality* Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Bank Mandiri Pengguna New Livin By Mandiri Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 195–202.
- Bayumurti, Gitanjali.(2018). Pengaruh E-WOM dan E-WEB terhadap *Loyalitas* dengan *E-trust* sebagai variabel intervening di Tokopedia (Studi pada Mahasiswa S1 Fisip Undip). *Skripsi*
- Manopo, K. Y. W. (2019). Pengaruh *E-service quality* dan *Brand Image* terhadap *Repurchase Intention*, melalui *E-Satisfaction* (Studi kasus pada Mahasiswa S1 FISIP Undip yang pernah melakukan pembelian di OLX.Co.id). *Skripsi*
- Arie Lukihardianti. (2019). *Tingkatkan Penetrasi Access by KAI, PT KAI milenial*. [https://republika.co.id/berita/q244gh423/tingkatkan-penetrasi-emkai-accessem-pt-kai-bidik-milenial](https://republika.co.id/berita/q244gh423/tingkatkan-penetrasi-emkai-accessem-<u>pt-kai-bidik-milenial</u>)
- Asmoro, A. A. (2018). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian pada Pengguna Jasa Internet MNC Play Media (Studi pada Mahasiswa Program S1 Undip Pengguna Provider MNC Play Media). *Skripsi*