

DAFTAR PUSTAKA

- Agoda. (2024a). *FAQ Agoda*. <https://www.agoda.com/id-id/info/contact.html?ds=Xy1mhZ%2FciA2oMOAP>
- Agoda. (2024b). *Tentang Agoda*. <https://www.agoda.com/id-id/press/tentang-agoda/>
- Alkadri, M. H., & Mukaram. (2022). Analisis Electronic Service Quality pada Aplikasi Gojek. *Applied Business and Administration Journal*, 1(3), 68–79.
- Aminsyah, I., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh website quality, e-trust, e-satisfaction dan switching barriers terhadap e-loyalty (Studi pada pengguna Itemku.com). *E-Proceeding of Management*, 6(2), 4545–4554.
- Andayana, M. N. D. (2020). Perubahan Perilaku Konsumen Dan Eksistensi UMKM di Era Pandemi Covid-19. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 2(2), 39–50. <http://ejurnal.undana.ac.id/glory/article/view/3372>
- Annur, C. M. (2022). *Keunggulan Layanan Online Travel Agent Menurut Responden Desember 2022*. 28 Desember. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/28/apa-keunggulan-layanan-online-travel-ini-pandangan-konsumen>
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.459>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. 7 Februari 2024; APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Ayunda, S., Salshabilah, M. K., & Al Aufa, B. (2020). Gambaran Penggunaan Sistem Pendaftaran Online Rumah Sakit: Tinjauan Sistematis. *IAKMI Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 1(2), 89–100. <http://jurnal.iakmi.id/index.php/IJKMI/article/view/34>
- Azizah, N. F., Puspakaritas, N. F., Pramesti, V. A., Putri, Y. A. S., & Azizah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee. *JABEISTIK : Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik*, 1(1), 56.
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction dan E- Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Jurnal Profit*, 14(1), 1–11. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.1>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian

- Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Databoks. (2022). *Survei Populix: Aplikasi yang Paling Disukai Responden untuk Pesan Akomodasi Liburan*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/ecd230b22ea815d/survei-populix-traveloka-aplikasi-perjalanan-online-paling-banyak-disukai-konsumen>
- Dewi, W. W. A., Febriani, N. S., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syaiki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Fandy, T., & Greorius, C. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. ANDI Yogyakarta.
- Felix, A., & Rembulan, G. D. (2023). Digital Transformation and the Customer Experience: Enhancing Engagement and Loyalty. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(03), 228–240. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v4i03.6195>
- Handayanti¹, D. N., Indarto², M. R., Tinggi, S., Manajemen, I., & Yogyakarta, Y. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Intervening Pada Pengguna E-Commerce Shopee. *Muhammad Roni Indarto*, 4(1), 83–104.
- Harliyanto, D., & Soediantono, D. (2022). The Effect of e-CRM, e-Marketing and e-Loyalty and Company Performance of Defense Industries. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(3), 85–97. <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/289>
- Herianti, E. (2020). *Modul Pelatihan Penelitian Kuantitatif dengan Aplikasi SMARTPLS*. Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Kandampully, J., Zhang, T. (Christina), & Bilgihan, A. (2015). Customer Loyalty: A Review and Future Directions With a Special Focus on The Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 379–414. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2014-0151>
- Karisma, J., & Saputra, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Loyalty Pada Agen Travel Online Di Kota Batam. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(1), 252–268. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i1.44270>
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). *Relawan Jurnal Indonesia (RJI)*, 10(1), 1204–1213.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Inc.
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *YUME : Journal*

- of Management*, 4(1), 138–149. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.445>
- Magdalena, A., & Jaolis, F. (2018). Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, dan E-Loyalty Dalam Konteks E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–11.
- Maghfiroh, W. I., Himawan, A. F. I., Sukaris, S., & Krisnawati, W. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-TRUST DAN E-SATISFACTION TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA BRI MOBILE (BRImo). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 481–486. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.251>
- Pradnyaswari, N. P. I., & Aksari, N. M. A. (2020). E-Satisfaction dan E-Trust Berperan dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty pada Situs E-Commerce BLIBLI.COM. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2683–2703.
- Prasetyo, A. N., & Yusran, H. L. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna E-Commerce. *Ijd-Demos*, 4(1), 137–151. <https://doi.org/10.37950/ijd.v4i1.193>
- Purwati, M., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce Bukalapak). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 310–320. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34754>
- Rahman, K. M. (2019). *Agoda: A Case of Strategic Management & Sustainability* [Asian Institute of Technology]. <https://www.slideshare.net/KaziMustafizurRahman1/agoda-corporate-strategy-sustainability>
- Rakhmat Romadhan, M., Indriastuty, I., & Prihandoyo, C. (2019). E-Service Quality Kepuasan Konsumen Melalui E-Commerce Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(2), 150–163. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i2.90>
- Rintasari, D., & Farida, N. (2020). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction (Studi pada Pengguna Situs E-Commerce C2C Shopee di Kabupaten Sleman). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 539–547. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28803>
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- 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>

- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Prenada Media Group.
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117–1127. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Syabani, M. A. (2022). Pengaruh Electronic Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Traveloka). *JEMBATAN - Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 4(1), 54–66.
- Top Brand Award. (2022). *Penilaian Merek Dalam Survei Top Brand*. <https://www.topbrand-award.com/article/detail/bagaimana-penilaian-bagi-merek-dalam-survei-top-brand>