

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi OVO. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 708-720. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.385>
- Anggraeni, M., Ekowati, T., & Runanto, D. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* dan E-Wom Terhadap *E-Loyalty* Dengan *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening: (Studi pada Pengguna E-Commerce Sociolla). *Volatilitas Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(5), 103-127. <https://doi.org/10.37729/volatilitas.v5i5.3811>
- Badri, J., & Novita, M. (2025) Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Customer Experience* Sebagai Variabel Moderasi Pada Penggunaan Aplikasi Gojek Di Padang. *Center of Economic Students Journal*, 8(1), 383-394. <https://doi.org/10.56750/csej.v8i1.1088>
- Darmoyo, S., & Sustaningrum, R. (2021). The Role of Trust and Gender On The Influence of Social Media and Ewom on Millenials'loyalty to Online Travel Agent: A Moderated Mediation Analysis. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 21(1), 57-68. <https://doi.org/10.25105/mrbm.v21i1.10419>
- DataReportal. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. We Are Social & Meltwater. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Diklatkerja. (2023). *Memahami bisnis Traveloka: Inovasi dan layanan*. Diakses pada 05 Januari 2025. <https://www.diklatkerja.com/blog/memahami-bisnis-traveloka-inovasi-dan-layanan>
- Effendi, R., Musnaini, M., & Suyoto, Y. T. (2024). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* Melalui *E-Satisfaction*. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(4), 162–171. <https://doi.org/10.22437/jdm.v11i4.28066>
- Fadli, M., Monalisa, S. & Muttakin, F. (2024). Dampak *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Website Blibli. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi Dan Aplikasi*, 7(3), 912–921. <https://doi.org/10.32493/jtsi.v7i3.40325>
- Ghozali, I. (2018). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least square (PLS)* (Edisi 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Handayanti, D. N., & Indarto, M. R. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai Intervening pada Pengguna E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 93. <https://doi.org/10.35917/cb.v4i1.413>
- IDN Media. (2022). *Indonesia Millennial & Gen-Z Report 2022*. IDN Media. Diakses pada 28 Maret 2025. <https://www.idn.media/blog/523/idn-media-luncurkan-indonesia-millennial-%26-gen-z-report-2022%2C-ulas-tantangan-dan-potensi-generasi-muda-indonesia>
- Istighfarnissa, N., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2022). Pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai variabel

- intervening (Studi pada pembelian tiket di situs Traveloka). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 399-410. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34880>
- Kesumahati, E., Ng, M. A., & Yuwono, W. (2025). The Influence of Brand Image, Service Quality, Customer Expectation and e-WOM on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in International Chain Hotel at Batam City. *Jurnal Manajemen Strategik Dan Simulasi Bisnis*, 6 (1), 89–104. <https://doi.org/10.25077/mssb.6.1.89-104.2025>
- Komariyah, D. S. N., Aripriabowo, T., & Latif, N. (2024). Pengaruh *E-Service Quality*, *Customer Value* Dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan Traveloka Di Desa Trosobo Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 5(3), 26-36. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v5i3.9613>
- Kristanto, Y. A. (2025). Analysis of The Relationship between *E-Service Quality*, *E-Satisfaction*, and *E-Loyalty* in Indonesia E-Commerce Sector. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management (IJEBAAM)*, 3(3), 47–64. <https://doi.org/10.63901/ijebam.v3i3.13>
- Marcellino, C., & Evangelista, L. (2024). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Brand Image* Terhadap *E-Customer Loyalty* Yang Dimediasi Oleh *E-Customer Satisfaction* Pengguna E-Commerce Traveloka Di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 10(1), 209-225. <http://dx.doi.org/10.35906/jep.v10i1.1978>
- Maulida, L., & Pertiwi, W. K. (2022, Mei 9). Lebih dari 90 persen warganet Indonesia mengakses internet lewat ponsel. Kompas.com. Diakses pada 28 Maret 2025. <https://tekno.kompas.com/read/2022/05/09/19300027/lebih-dari-90-persen-warganet-indonesia-mengakses-internet-lewat-ponsel>
- Maulidana, S. R., Nugroho, M., & Khajar, I. (2025). Pengaruh E-WOM dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* Yang Dimediasi *E-Customer Satisfaction* Pada Pengguna ShopeeFood (Studi Kasus Gen Z di Kota Semarang). *ECo-Buss*, 8(1), 645–659. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2894>
- Nurchahyo, R. (2020). Pengaruh *e-Service Quality* terhadap *e-Loyalty* melalui *e-Customer Satisfaction* sebagai intervening pada pengguna Mobile Apps Studying abroad (Studi Kasus Pada calon Pelajar di Jakarta). *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(1), 84 - 97. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i1.168>
- Prasetyaningrum, I. D., & Rahmawati, N. I. (2023). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth*, Dan Citra Merk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs E-Commerce Lazada Di Kota Semarang. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(1), 345-355. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i1.46586>
- Rizkyta, A., Widayanto, W., & Farida, N. (2024). Pengaruh Ewom (*Electronic Word of Mouth*) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 58-67. <https://doi.org/10.14710/jiab.2024.40043>

- Sadeli, D. I., & Aritonang, Y. K. (2024). *Analysis of the Influence of E-Service Quality, E-Word of Mouth, and Promotion and Ads on Consumer Loyalty in the Marketplace*. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 13(2), 127-142. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v13i2.7278.127-142>
- Salsabilla, H. S., Zahra, L. Z., Sari, M. L., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh Persepsi *E-Service Quality* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Traveloka. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(2), 170-179. <https://doi.org/10.54066/jikma.v1i2.460>
- Shalihan, F. P., & Sholihah, D. R. (2023). Pengaruh *E-Service Quality*, *Brand Image*, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Traveloka Di Jakarta Selatan. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(3), 50-62.
- Siti Yolanda Rahman Utami, Edy Yulianto, & Agung Nugroho L.I.F. (2024). Beyond Convenience: Understanding E-Service Quality Role in Fostering E-Customer Satisfaction and Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 28(2), 341–364. <https://doi.org/10.24912/jm.v28i2.1956>
- Sitompul, S. S., Maria, A., Rivano, L., Martha, M., & Putri, N. Y. (2024). Pengaruh *Online Customer Review*, *Electronic Service Quality*, *Trust*, *Electronic Word of Mouth*, dan Keputusan Pembelian. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 4(2), 130-143.
- The Jakarta Post. (2022). *A decade of Traveloka's journey from metasearch to lifestyle superapp*. Diakses pada 05 Januari 2025. <https://www.thejakartapost.com/adv-longform/2022/03/18/a-decade-of-innovations-travelokas-journey-from-metasearch-to-lifestyle-superapp.html>
- Traveloka. (2024). *About Us*. Diakses pada 05 Januari 2025. <https://www.traveloka.com/id-id/about-us>
- Tri Atmojo, J. J., & Widodo, T. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tiket.com. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 133. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v13i1.5092>
- Veryani, F., & Andarini, S. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(2), 125-131. <https://doi.org/10.35797/jab.v12.i2.125-131>
- Wijaya, E. P., & Haryono, T. (2025). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap E-Wom Dengan *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Aplikasi Belajar Ruangguru. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 14(03), 1114–1128. <https://doi.org/10.22437/jmk.v14i03.46062>
- Wijayanto, K. S., & Putra, F. I. F. S. (2023). The Influence Of E-Trust, E-Service Quality, Price and Web Quality on Traveloka User E-Satisfaction. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 3(2), 144-157. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v3i2.396>