

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). *E-satisfaction and e-loyalty: A contingency framework. Psychology and Marketing, 20(2)*, 123–138. <https://doi.org/10.1002/mar.10063>
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2004). *Operations Management for Competitive Advantage* (10th ed.). McGraw-Hill Companies, Inc.
- Dinata, E. S., & Fauzi, A. (2014). Pengaruh *e-service quality* ritel online di Indonesia terhadap *e-satisfaction* melalui experiential value sebagai variabel antara (studi pada Zalora Indonesia). *Universitas Indonesia*, 1–23.
- Fauziah, L. (2018). Pengaruh kualitas e-service menggunakan scanmic model terhadap kepuasan konsumen aplikasi GO-JEK di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management, 5*, 1080–1085.
- Gunawan, C. K., & Wicaksono, A. (2013). Analisa persepsi konsumen terhadap online servicescape website Bakery. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 1(2)*, 215–229.
- Harris, L. C., & Goode, M. M. H. (2010). Online servicescapes, trust, and purchase intentions. *Journal of Services Marketing, 24(3)*, 230–243. <https://doi.org/10.1108/08876041011040631>
- Karina, M. (2019). Pengaruh *e-servicescape* online marketplace Shopee pada perceived value dan kepuasan pelanggan, serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship, 9(1)*, 103–122. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i1.534>
- Komara, A. T. (2013). Pengaruh *e-service quality* dan e-recovery service quality terhadap *e-satisfaction* serta implikasinya pada e-loyalty pelanggan maskapai penerbangan Air Asia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, & Entrepreneurship, 7(2)*, 105–115.
- Lanin, D., & Mubarak, A. (2010). Kepuasan diskonfirmasi warga pada sektor publik: Kasus pelayanan kebutuhan dasar pemerintahan Kota Padangpanjang. *Jurnal Demokrasi, 9(2)*, 1–20.
- Magdalena, A. (2018). Analisis antara *e-service quality*, *e-satisfaction*, dan e-loyalty dalam konteks e-commerce Blibli. *Jurnal Strategi Pemasaran, 5(2)*, 11.
- Mubarak, M. H. (2019). Pengaruh *e-service quality* terhadap e-customer satisfaction serta dampaknya terhadap repurchase intention (Studi kasus online shop Akulaku). *Fak. Ekonomi dan Bisnis Uin Jakarta*, 1–122.
- Nurrizal, M. (2015). Pengaruh *e-service quality* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas dengan moderasi persepsi nilai yang dirasakan pelanggan kereta api di Surabaya. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*, 1–22.

- Oebit, Z., & Sari, P. K. (2018). Pengaruh *e-servicescape* terhadap trust dan dampaknya pada repurchase intention: Studi kasus GO-FOOD. *Jurnal Sistem Informasi*, *14*(2), 43–52. <https://doi.org/10.21609/jsi.v14i2.698>
- Praptono, L. H. (2016). Purchase intention: Apakah tampilan website berpengaruh? *Fokus Manajerial*, *14*(2), 101–114.
- Prasetyo, H. D., & Purbawati, D. (2016). Pengaruh *e-service quality* dan e-security seals terhadap *e-satisfaction* melalui keputusan pembelian konsumen e-commerce. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *5*(1), 127–134.
- Pratiwi, S. A., & Dewi, C. K. (2016). Pengaruh *e-service quality* terhadap behavior intentions dengan *e-satisfaction* sebagai mediator (Studi pada Kriya.co.id). *Jurnal Computech & Bisnis*, *10*(2), 59–71.
- Rahman, M. M., Arifin, Z., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh *e-servicescape* terhadap e-trust (Survei online pada pengguna website Tokopedia di Kota Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *61*(4), 169–176.
- Ramawati, N. A., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian samsung galaxy series j di kota semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *7*(3), 206–212.
- Santos, J. (2003). *E-service quality: A model of virtual service quality dimensions*. *Managing Service Quality: An International Journal*, *13*(3), 233–246. <https://doi.org/10.1108/09604520310476490>
- Soendoro, S. E. S., Sugiarto, & Yoestini. (2016). Analisis pengaruh kualitas website, lingkungan dan daya tarik konten terhadap impulsive buying pada website OLX melalui perilaku hedonik. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, *15*(3), 168–180.
- Susilo, E. (2019). Analisis pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas pelanggan online dimediasi kepuasan pelanggan online pengguna layanan aplikasi Grab di Bandar Lampung. *Universitas Lampung*, 1–77.
- Taslim, K. (2015). Analisis hubungan antara *e-service quality* dan trust pada customer satisfaction & behavioral intentions telah pada net generation konsumen Lazada Indonesia. *ULTIMA Management*, *7*(1), 62–82. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v7i1.924>
- Ulum, F. (2018). Pengaruh *e-service quality* terhadap e-customer satisfaction website start-up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, *12*(2), 68–72. <https://doi.org/10.33365/jtk.v12i2.156>