

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>
- Al Doghan, M., & Albarq, A. N. (2022). The effects of hedonic and utilitarian values on e-loyalty: Understanding the mediating role of e-satisfaction. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 325–334. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.005>
- Albanna, M. R., Yunita, D., & Nofiawaty, N. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Konsumen Tokopedia di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 20(3), 159–172. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v20i3.18731>
- Alnaim, A. F., Sobaih, A. E. E., & Elshaer, I. A. (2022). Measuring the Mediating Roles of E-Trust and E-Satisfaction in the Relationship between E-Service Quality and E-Loyalty: A Structural Modeling Approach. *Mathematics*, 10(13). <https://doi.org/10.3390/math10132328>
- Andriputra, J. A., Mukti, R. R., Yosevina, C., & Sirad, D. A. (2021). *Pengaruh Stimulus dalam Pembentukan Perceived Value, Trust, dan Loyalty Intention pada Social Commerce Soco By Sociolla*. 3, 222–248.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Asnaniyah, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2), 275–302. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.142>
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, ; Eka Avianti. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN*. 01(01), 1–14.
- Barkah, & Nabila, M. E. (2021). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, dan E-WOM Terhadap E-Satisfaction Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Pontianak. *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*, 269–277.
- Bengu, H., Kelin, S. P., & Hadjon, R. P. (2024). Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan Umkm Di Era Digital. *TIMOR CERDAS – Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Komputer Dan Rekayasa Sistem Cerdas*, 2(1), 1–7.
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online [Influencia De La Calidad Del Servicio Electrónico En La Satisfacción Electrónica Y La Lealtad Electrónica De Los Usuarios En Línea De Mandiri]. *Jurnal Profit*, 14(1), 1–11. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.1>

- Ciandi, W. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pengguna Simobiplus Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Management Pemasaran Dan Perilaku Kinsmen*, 02(1), 47–59. <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.1.06>.
- Cooper, D. R., & Schidler, P. S. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Fahira, A., Rahma, T. I. F., & Syahriza, R. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Nasabah Bank Sumut Syariah. *Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 247–264. <https://doi.org/10.53651/jdeb.v15i1.358>
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Gosal, G. B. R., & Bernarto, I. (2021). Pengaruh E-security, E-service Quality terhadap E-satisfaction dan Pengaruh E-satisfaction, E-security, dan E-service Quality terhadap E-repurchase Intention Secara Langsung pada Pengguna E-commerce Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 93–103.
- Handayani, F., Thantawi, T. R., & Mubarak, M. K. Konsumen, A. K., & Kepuasan, P. (2023). *ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS PERSPECTIVE REGARDING THE EFFECT OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT ALFAMART CIBATOK CIBUNGBULANG SUB-DISTRICT, BOGOR DISTRICT*.
- Hedy Syahidah Budiarti, R. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 405–416. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3763>
- Indah Yani, M., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443–472. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>
- 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>
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Izzah, N. N., Budiatmo, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Perceived Ease Of Use, dan Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Pizza Hut Delivery Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 50–58. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33375>

- Kasinem. (2021). *Pengaruh E-Trust dan Kualitas Pelayanan Terhadap E-Satisfaction Pada Hotel Bukit Serele Lahat Kasinem*. 329–339.
- Khrisna Ayuningtias, T., Erliany Syaodih, & Wiseto P. Agung. (2024). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Satisfaction dan Dampaknya pada E-Repurchase Intention Pengguna Layanan Konsultasi Media Online. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 1381–1396. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.1163>
- Kusmita, A. C., Farida, N., & Saryadi, S. (2022). PENGARUH E-TRUST DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP ONLINE REPURCHASE INTENTION MELALUI E-SATISFACTION (Pada Mahasiswa S1 FISIP yang Pernah Berbelanja di Lazada). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1307–1318. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.32135>
- Kussoy, Y. H., Lumanaw, B., & Raintung, M. C. (2021). Analisis Perbandingan Strategi Promosi, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Kartu Telkomsel dan Tri di Kecamatan Motoling Timur. *Jurnal EMBA*, 9(1), 859–868. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/32594%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/32594/30815>
- Latif, A., Sukotjo, E., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Halu, U., Aidin, O., Awasinombu, H., & Oleo, U. H. (2023). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE.CO.ID YANG ADA DI KOTA KENDARI) (The Influence of E-service quality and E-trust on E-loyalty with E-satisf*. 7(3), 523–536. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/JUMBO>
- Lukita, C., Pranata, S., & Agustin, K. (2020). Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis Untuk Analisa Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Tinggi Pada Mahasiswa Di Cirebon. *Jurnal Digit*, 9(2), 167. <https://doi.org/10.51920/jd.v9i2.117>
- Madeline, A. (2023). *PENGARUH E-TRUST DAN PROMOSI TERHADAP E-LOYALTY DAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA OVO DI KELURAHAN SUKARAMAI II KOTA MEDAN*. 9(0), 1–23.
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 157–166.
- Nabilah, S., Lubis, A., & Tarigan, E. D. S. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aroma Bakery dan Cake Medan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/10966>
- Nita, N., & Ratnasari, I. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Shopee. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 867. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.510>

- 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 Medias. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 2(3), 49–58. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Nugroho, M. A. S., Riauunto, S., & Yuniawan, R. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam E-Commerce Shopee Di Masa Pandemi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 314–337. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i1.687>
- Nurhikmat, A. (2023). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Harga dan Kualitas Produk : Literature Review. *KarismaPro*, 13(2), 75–86. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v13i2.1050>
- Nurkhomaria, D., Chamidah, S., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh e-trust, e-service quality, dan e-satisfaction terhadap loyalitas pelanggan pada shopee. (studi kasus pada pengguna shopee di ponorogo). *Indonesian Jpurnal of Business and Management*, 2(3), 620–632.
- Octavian, A. (2019). Analisis Loyalitas Pelanggan Online shop Shopee. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(2), 1077–1080. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.146>
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Pohan, F. S., & Aulia, Z. F. (2019). Kualitas situs web, kepercayaan, dan loyalitas konsumen Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 13–22. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i1.43>
- Pradana, J., Edris, M., & Sutono, S. (2022). Analisis Online Marketing, E-Service Quality, E-Recovery Service Quality Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis*, 2(1), 1–28. <https://doi.org/10.24176/jsmb.v2i1.8151>
- Pradnyaswari, Ni Putu Indah Aksari, N. M. A. (2020). E-Satisfaction Dan E-Trust Berperan Dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2683–2703.
- Prawira, D., Kurniawan, R., Indrajit, R. E., & Dazki, E. (2023). Effect of E-Service Quality, Brand Image and E-Security Seals on TOKOPEDIA E-Customer Satisfaction (Case Study on Tokopedia Customers). *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 5, 153–164. <https://doi.org/10.37034/jidt.v5i1.276>

- Priyo, S., & Sri, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16–29.
<http://52.221.78.156/index.php/linimasa/article/view/2754>
- Putra, T. M., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2019). *ANALISIS E - SERVICE DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA WEBSITE*. 2, 5–10.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Rahmawaty, S., Kartawinata, B. R., Akbar, A., & Wijaksana, T. I. (2021). The effect of e-service quality and E-trust on E-customer loyalty through E-customer satisfaction as an intervening variable (Study on gopay users in bandung). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 7, 5495–5506.
<https://doi.org/10.46254/an11.20210933>
- Rasyidah, D. S. M. R. (2022). Diplomasi Ekonomi Kreatif Indonesia-Turki Sub-Sektor Fashion Muslim Melalui Kerjasama IT-CEPA Tahun 2016-2020. *Global & Policy*, 10(2), 41–59.
- Riyadi, S. A., Suhud, U., & Usman, O. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty pada Pengguna Tiktok Shop. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*, 4(1), 88–100.
- Rojiqin, M. K., Hadi, S. N., & Utomo, Y. T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction 1 Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Prespektif Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(4), 1–16.
- Rufina Pramuditha, Syarifah Hidayah, & Herning Indriastuti. (2021). Pengaruh Service Quality, E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Konsumen. *Sketsa Bisnis*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2632>
- Safitri, I., Wulandari Andi Ningsih, H., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Singaperbangsa Karawang, U. (2023). Pengaruh E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty (Studi: Pengguna Flip.Id). *Jambura*, 6(2), 457–466.
<http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Sahadewa, I. G. N. B. A. P., Agung, A. . P., Cempaka, N. P., & Atmaja, D. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pelanggan Grab Di Kota Denpasar. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(01), 12. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/baktisaraswati/article/view/7245>
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425–444.

- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Saputro, A. W. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-loyalty dengan Brand Image dan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 203–212. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1750>
- Sari, E. I. (2021). *Pengaruh E-Service Quality, E-Trust dan Sales Promotion terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada konsumen Grabfood di Kota Lamongan)*. 110.
- Septyandari, S., Kusumaningrum, N., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh e-Trust dan e-Service Quality Terhadap e-Loyalty dengan e-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pelanggan yang Berbelanja di e-Commerce Shopee). *DERIVATIF: Jurnal Manajemen*, XX(Xx), 254–264.
- Setiamey, A. A., & Deliani, E. (2019). *PENGARUH PERCEIVED VALUE, BRAND IMAGE, DAN TRUST TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. 2, 5–10.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- 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>
- Suryani, N. K., Putu, N., Lestari, N. E., Kadek, N., Program, S., & Akuntansi, S. (2020). Pengaruh Website Quality, Trust, Dan E –Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Pada E-Commerce Pengguna Situs shopee.co.id. *TIERS Information Technology Journal*, 1(2), 34–43. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/tiers>
- Susanto, A., & Handayani, R. T. (2020). the Influence of E-Trust, User'S Experiences, and Brand Equity on Gen Z Female Customers E-Loyalty Towards Imported Cosmetics Brands Through Customers E-Satisfaction. *International Journal of Social Science and Business*, 4(2), 294–300. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i2.25727>
- Syahaab, M. A., & Yanti, A. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Ayam Penyet Barokah*. 121–126. <https://doi.org/10.59663/jebidi.v2n3.334>
- Syarifudin, SE., M. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN E-Trust TERHADAP E-Satisfaction SERTA PENGARUHNIA TERHADAP E-Loyalty*. *Unimal Press*, 14(2), 116.

- Thaher, M., Rivai, A. K., & Febrilia, I. (2024). *Indonesian Journal of Economics , Management , and Accounting Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening : Studi Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Fashion Di Jabodetabek*. 1(6), 584–592.
- Tubalawony;, J., Pelupessy, M. M., Tabelessy, W., & Thenu, C. J. (2023). Peran E-Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Loyalty pada Pengguna Aplikasi Blibli . Com. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 4491–4498.
- Valentina, R. A. N. (2020). Pengaruh E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Dengan Trust Sebagai Variable Intervening Pada Aplikasi Fintech OVO. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 8.
- Veryani, F., & Andarini, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(2), 2022.
- Wahyuni, Alqarni, W., & Afrijal. (2023). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK Vol. 8, No. 1, Februari 2023 www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP*, 8(4), 1–12. www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP
- Wedhana Purba, I. B. G. I., & Tirtayani, I. G. A. (2021). Pengaruh E-Price Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pada Era Pandemi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(02), 99. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i02.p06>