

DAFTAR PUSTAKA

- Al-dweeri, R. M., Moreno, A. R., Montes, F. J. L., Obeidat, Z. M., & Al-dwairi, K. M. (2018). The effect of e-service quality on Jordanian student's e-loyalty: an empirical study in online retailing. *Industrial Management & Data Systems*
- Al-Khayyal, A., Alshurideh, M., Al Kurdi, B., & Aburayya, A. (2020). The impact of electronic service quality dimensions on customers' e-shopping and e-loyalty via the impact of e-satisfaction and e-trust: A qualitative approach. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 14(9), 257-281
- Andriyanty, R., & Lestari, D. (2022). Analisis Strategi Bisnis Online Shop Hitz_Twinzshop. *Mediastima*, 28(1), 23-41. <https://doi.org/10.55122/mediastima.v28i1.395>
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5222. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p20>
- Baskaran Menaka, & S. K. (2018). *Recent Trends in E-Commerce*.
- Berliana, M., & Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK (Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer)*, 4(2), 11. <https://doi.org/10.33395/remik.v4i2.10532>
- demir, A., Pesqué-Cela, V., Altunbaş, Y., & Murinde, V. (2020). Fintech, financial inclusion and income inequality: a quantile regression approach. *The European Journal of Finance*, 28, 1-22. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2020.1772335>
- Dwijaya, S. E., & Hotlan, S. (2018). Perceived Value Dan Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *Agora*, 6(2).
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., She Melly, Y. A., & Transportasi, M. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648-657. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Fandy Tjiptono. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Febriana, S. H., & Susanti, A. (2022). PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE, CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA JASA GRABFOOD DI SOLO RAYA. 1-15.
- Febriantoro, W. (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia. *Jurnal MANAJERIAL*, 17(2), 184. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.10441>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, A., Natsir, M., & Darsono, J. T. (2022). Pengaruh Customer Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Melalui E-WOM. 91-101.
- Hamid, A., Natsir, M., & Darsono, J. T. (2022). Pengaruh Customer Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Melalui E-WOM. 91-101.
- Hasna, S., & Irwansyah, I. (2019). Electronic Word of Mouth Sebagai Strategi Public Relation Di Era Digital. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 18. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.18-27>
- Janosik, S. M. (2019). Nilai Pelanggan Sebagai Hasil Dari Kualitas Pelayanan Survey terhadap Pelanggan Restoran Nobu Sushi dan Ramen. *NASPA Journal*, 42(4), 1.
- Jurnadi, & Sari, M. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Pelanggan Jd.Id Di Pontianak. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 44–53.
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2018). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). *Polban IRWNS*, 1(1), 1204–1213.
- Kotler, P. dan G. A. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2018). *E-commerce 2020-2021: business. society*.
- 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>
- M.T., H., & Arifin, Y. (2018). Web-based Usability Measurement for Student Grading Information System. *Procedia Computer Science*, 135, 238–247. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.08.171>
- Manajerial, T., Santoso, J. T., Kom, S., & Kom, M. (2022). *E-Commerce*.
- Ni kadek, S., & Ni Made, R. (2019). Pengaruh E-Wom, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Niat Beli Kembali: Studi Pada Pelanggan Situs Shopee. *E-Jurnal Manajemen*, 3(2), 58–66. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Oktavian, R. F. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN (PENELITIAN PADA BNI CARD CENTER LNC JAKARTA). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (ALMANA)*, 2(2), 135–149.
- Purwanto, A. (2022). INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL AND MANAGEMENT STUDIES (IJOSMAS) The Role of Digital Leadership, e-loyalty , e-service Quality and e-satisfaction of Indonesian E-commerce Online Shop. *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)*, 03(5),

51–57.

- Ramadhan, I. H., & Suprajang, S. E. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien di Klinik Mitra Husada Kecamatan Wates Kabupaten Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen* ..., 138–148. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/download/386/485>
- Rizan, M., Haro, A., & Rahmadina, B. (2019). PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DENGAN TRUST SEBAGAI. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |, 2301-8313.
- Simon Kemp. (2022). *Digital 2022: Indonesia*.
- Sudjatmika, F. V. (2017). 54086-ID-pengaruh-harga-ulasan-produk-kemudahan-d(1). 5(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV Alfabeta.
- Thorfiani, D., Suarsa, S. H., & Oscar, B. (2021). Teknologi E-commerce dan Pengalaman Konsumen. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 139–148. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v7i2.4623>
- 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>
- Tunjungsari, H. K. (2020). Perkembangan Dunia Usaha di Era Digital. *Pustaka.Ut.Ac.Id*, 1–43. <https://www.pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/MKWI4203-M1.pdf>
- U.Rumefi. (2021). PENGARUH TERM OF PAYMENT, COMPLING HANDLING DAN E-WOM TERHADAP CUSTOMER LOYALTY. *Jurnal Transparan STIE Yadika Bangil*, 1-6.