

DAFTAR PUSTAKA

- Agritika, D. F., Hartoyo, H., & Suharjo, B. (2024). The The Effect of E-Service Quality Through Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty of Klikindomaret Users. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 10(1), 203–213. <https://doi.org/10.17358/ijbe.10.1.203>
- Akbar, R. N., & Endayani, F. (2022). Pengaruh *E-Trust* Dan *E-Satisfaction* Terhadap Meningkatnya *E-Loyalty* Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Kalangan Generasi Millennial. *Journal of Economic Perspectives*, 16(1), 1–15.
- Alfarobi, M. L., & Widodo, T. (2023). Pengaruh *E-Trust*, E-Service Quality Terhadap *E-Loyalty* Melalui ESatisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 10(2), 840–848.
- Andriyani, D. R. (2024). The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction and Purchase Intention at The Legendary Restaurants in Malang. *Habitat*, 35(1), 8–18. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2024.035.1.2>
- 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). *Jurnal Volatilitas*, 5(5), 103–128.
- Anita, T. L. (2019). The Effect of Perceived Quality in E-Commerce to Customer Loyalty (Wom, Intent, Trust) Through Customer Satisfaction. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 4(1), 29–39.
- Annur, C. M. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023. Databoks.
- Annur, C. M. (2024). Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Januari-Desember 2023). Databoks.
- Asakdiyah, S., Bonaga, J. K., & Prastowo, I. (2024). Model of Student *E-Loyalty* Formation Through E-Service Quality and *E-Satisfaction*. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (Costing)*, 7(3), 6074–6079.
- Ashiq, R. (2024). Exploring the effects of e-service quality and *E-Trust* on consumers ' *E-Satisfaction* and *E-Loyalty*: insights from online shoppers in Pakistan. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, 3(2), 117–141. <https://doi.org/10.1108/JEBDE-09-2023-0019>
- Berliana, C., & Sanaji. (2022). Effect Of E-Service Quality, *E-Trust*, And

- Commitment On *E-Loyalty* With *E-Satisfaction* As A Mediation Variable. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2397–2413. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Cahyanti, A. A. A., Sudarmiati, & Dhewi, T. S. (2022). Effect of E-Service Quality and *E-Trust* on *E-Loyalty* of E-Payment Through *E-Satisfaction* of Shopee pay Users. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 2(1), 239–246. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i1.234>
- Darmawan, E. F., & Ekawanto, I. (2024). Anteseden Dan Konsekuensi *E-Satisfaction* Website Ecommerce. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(1), 671–680.
- Deccasari, D. D., Putra, D. H., & Pudjiastuti, W. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimoderasi Variabel Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Kota Malang). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(2), 378–384.
- Dharmawan, D., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan *E-Trust* Terhadap E-Customer Satisfaction (Studi Pada Pengguna Dompot Digital OVO). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 186–196.
- Edhi, P. K., & Heryjanto, A. (2024). The Influence of E-service Quality On Customer Satisfaction Mediated by *E-Trust* (Empirical Study: Telemedicine Users at Hospital x Tangerang). *Journal of Management*, 3(1), 138–148. <https://myjournal.or.id/index.php/JOM>
- Efdison, Z., Lova, A. N., Yelnim, Y., & Liantifa, M. (2024). The Influence of E-Service Quality on E-Customer Loyalty Through *E-Satisfaction* as a Mediator in Indonesia E-Wallet. *Universitas Putera Batam*, 12(1), 429–437.
- Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM di Marelan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 247–254.
- Fathi, S., Ranjbarian, B., & Rezaei, Z. (2012). Factors Influencing on Customers' *E-Satisfaction*: A case Study from Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(9), 1496–1511.
- Fauziah. (2020). Strategi Brand Ambassador Online Shop “Shoppee” Dalam Meningkatkan Penjualan. *Journal of Business Studies*, 5(2), 1–26.
- Firdaus, M. Y. Al, & Rachmawati, I. (2024). The Influence of E-Service Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction Among Livin' by Mandiri Users. *International Journal of Social Science and Business*, 8(1), 142–150. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v8i1.69777>
- Fitria, N., Zahrawanny, V. P., Al, U., & Indonesia, A. (2020). Pemanfaatan Komputer pada Pembelajaran Seni di TK Islam Raudlatul Azhar. *Proceeding Literasi dalam Pendidikan di Era Digital untuk Generasi Milenial*, 347–354.

- Fitriana, I., Sugiono, A., & Adistya, D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan *E-Trust* Terhadap *E-Satisfaction* (Survei pada Mahasiswa Pengguna OVO di FISIP Universitas Lampung). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(4), 7.
- Franedy, R. (2019). *Diam-diam Shopee Mulai Gerogoti Pangsa Pasar Tokopedia di RI*. *CNBC Indonesia*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi Kesembilan. Penerbit Undip.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika.
- 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*, 4(1), 93–104.
- Henryadi, T. Z. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Hur, Y., Ko, Y. J., & Valacich, J. (2011). A Structural model of the relationships between sport website quality, *E-Satisfaction*, and *E-Loyalty*. *Journal of Sport Management*, 25(5), 458–473. <https://doi.org/10.1123/jsm.25.5.458>
- Ismail, & Khuzaini. (2023). Pengaruh Harga, *E-Trust*, E-Service Quality Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shoppe (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 12(1), 1–19.
- Januarti, O., & Suyatno. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Livin By Mandiri Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT Bank Mandiri Di Banjarmasin Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 11(2), 1–13.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-Commerce shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55–62.
- Julhadi, J., & Herdi, H. (2022). Penggunaan teknologi di era pandemi Covid-19 : A systematic literatur review. *Teraputik: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 6(1), 104–110. <https://doi.org/10.26539/teraputik.611003>
- Junnawan, V., & Slamet, F. (2024). Pengaruh *E-Trust*, E-Customer Satisfaction, dan Perceived Value terhadap Pelanggan Toko Online E-Commerce di DKI Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(1), 125–131. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i1.28583>
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019). Pengaruh *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* (Studi Pada Seller Di Bukalapak). *10th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1204–1213.

- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2003). Antecedents of Consumer Trust in B-to-C Electronic Commerce. *Ninth Americas Conference on Information Systems*, 155(2), 9600.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, 18th Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing Management, Global Edition*, 16th edition. Pearson.
- Kuska, D. A. R., Wijayanto, H., & Santoso, A. (2024). Improving The *E-Satisfaction* and *E-Loyalty* Based on E- Trust and E-Service Quality on Shopee Customer. *Journal of Consumer Sciences*, 9(1), 22–39.
- 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>
- Luthfiani, F., & Sudiman, J. (2024). Pengaruh E- Service Quality dan *E-Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile Kota Padang Panjang. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 19(1), 1–16.
- Luyanny, L., & Widjaja, W. (2024). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui (Studi Pada Pengguna Platform Sociolla Tahun 2023). *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 1–13.
- Maisaroh, R., & Nurhidayati, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(2), 197–216.
- Manggala, H., & Adirinekso, G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Shaburi Kelapa Gading). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 39–53.
- Manihuruk, B. K. (2023). Analisis Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada PT Shopee Indonesia. *Journal Business and Management*, 1(1), 11–23.
- Mansyriah, H. Z., Dewi, R. S., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E- Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Bank Mandiri Pengguna New Livin By Mandiri Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 195–202.
- Maulana, F. W., Arrochimmi, K. P., & Dianti, K. (2024). The Influence of E-Service Quality and Service Features on Customer Trust in Gojek Application Users. *Apollo: Journal of Tourism and Business*, 2(2), 228–239.

- Mawardi, I., Usman, O., & Musyaffi, A. M. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *E-Loyalty* Dengan *E-Satisfaction* Sebagai Intervening Pada Nasabah Livin' By Mandiri. *Koloni: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3(1), 2828–6863.
- Megayani, Chandr, R., & Haidina, N. (2023). The influence of e-service quality and *E-Satisfaction* on repurchase intention: Mediating role of *E-Trust*. *The Korean Academic Association of Business Administration*, 36(6), 979–998. <https://doi.org/10.18032/kaaba.2023.36.6.979>
- Meileny, F., & Ariyanti, M. (2023). The Influence Of E-Service Quality, *E-Trust*, and Perceived Value on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction of Alfagift Application By Alfamart In Indonesia. *International Journal of Science, Technology & Management*, 1(1), 550–565.
- Melinda, E., Usman, O., & Aditya, S. (2023). The Effect of E-Service Quality and *E-Trust* on *E-Loyalty* with *E-Satisfaction* as an Intervening for Mobile Banking User. *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 80–96. <https://doi.org/10.21009/jdmb.06.1.6>
- Mubarok, A., & Kurriwati, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan *E-Trust* terhadap *E-Satisfaction* Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank Tabungan Negara Bangkalan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(1), 91–97. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i1.11336>
- Nasrifah, M. (2022). Peningkatan Loyalitas Konsumen yang Berbasis Kualitas Produk. *Jekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 139–142.
- Naufal, M. A., & Millanyani, H. (2024). The Influence Of E-Service Quality Dimensions On E-Customer Satisfaction And Its Impact On E-Customer Loyalty Tiket.Com. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(1), 118–126. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i1.1025>
- Nurakhmawati, R., Purnamawati, A., & Fahmi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 191–204.
- Nurinda, S. A., & Hadi, M. (2024). Pengaruh *E-Trust*, e-Service Quality, dan Minat Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee paylater di Platform e-Commerce Shopee. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 1(1), 207–212.
- 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). *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 2(3), 620–632.
- Oktaviali, M. R., Sidiq, F. M., Azzahra, K., & Romdonny, J. (2024). The Effect of

- Food Quality and Service Quality on Consumer Loyalty with Satisfaction as the Intervening Variable. *International Journal of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 3(6), 810–827. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7_85
- Paryanti, A. B. (2022). Analisis Pengaruh Customer Satisfaction Dan Trust In Bran Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pengguna Kartu XL di Sekolah Tinggi Manajemen Labora). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 82–94.
- Podengge, R. K., & Haryani. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas Dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*, 1(2), 70–89.
- 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.
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)*, 18(2), 12–31.
- Pratama, R. A., Prasetyo, W. B., & Ramli, A. H. (2024). E-Service Quality, *E-Trust*, *E-Satisfaction* And *E-Loyalty* In Online Shopping. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(3), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i3.2313>
- Pratiwi, L., Sunaryo, & Mugiono. (2021). The effect of e-service quality on *E-Loyalty* mediated by *E-Trust* and brand image variables: A study on OVO E-Wallet application users in Malang City. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 10(6), 56–62. <https://www.ssbfnct.com/ojs/index.php/ijrbs/article/view/1364>
- Pratmanto, D., Rousyati, R., Wati, F. F., & Widodo, A. E. (2020). App Review Sentiment Analysis Shopee Application In Google Play Store Using Naive Bayes Algorithm. *Journal of Physics Conference Series*, 1641(1), 1–7. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1641/1/012043>
- 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>
- Rahmadina, A. N., & Hasan, I. (2024). Pengaruh E-Service Quality dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* Melalui *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pengguna BSI Mobile PT. BSI di Kota Malang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4130–4140. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1541>

- Rahmawati, A., & Ramli, A. H. (2024). *E-Trust* , Perceived Ease of Use, *E-Satisfaction* And *E-Loyalty* For Users Of The Tiktok Shop Application. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), 279–294. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2209>
- Rifathurrahman, R. F., Chaniago, H., & Efawati, Y. (2024). The Effect Of E-Service Quality On Repurchase Interests Of The Online Shopping Shopee Indonesia. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 13(1), 8–25.
- 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>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., Suwena, K. R., Ekonomi, J. P., & Ganesha, U. P. (2019). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318–328.
- 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 Bakti Saraswati*, 12(1), 39–50.
- Sakti, D. B., Widiartanto, & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Pada E-Commerce Shopee (Studi pada Konsumen Generasi Z di Universitas Diponegoro, Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 276–283. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Santi, I. N., Muzakir, & Wahyuningsih. (2020). Pengaruh E-Servqual Terhadap *E-Loyalty* Pada Pelanggan Traveloka. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 7(2), 120–124. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i2.18429>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(1), 127–146.
- Saputri, R., Lukitaningsih, A., & Maharani, B. D. (2024). Pengaruh E-Service Quality, Customer Value, Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Pada Pengguna Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(01), 152–165. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.30172>
- Saragih, L., Napitu, R., & Siagian, H. T. (2021). Analisis E-Service Quality Lazadaterhadap E-Customer Satisfaction Generasi Z di Pematangsiantar. *YUME : Journal of Management*, 4(1), 333–342. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.234>
- Sipahutar, D. H. N., & Irdawati, D. A. R. (2024). Analysis of E-Service Quality

- Factors That Affect *E-Satisfaction*. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(4), 781–791. <https://doi.org/10.31933/dijms.v5i4>
- Sirait, T. S. P., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2022). Analisis Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap *E-Loyalty* Dengan *E-Satisfaction* Sebagai Intervening Pada Pengguna Dompot Digital Dana (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(1), 105–117.
- Sodirin, & Elina, M. (2020). Pengaruh Kepuasan Pembeli Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pembeli Di MM Pringsewu. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai*, 4(1), 19–28.
- Sudaryanto, S., Fauziyyah, S., & Maharani, H. A. (2024). The Influence of *E-Trust* on Repurchase Intention with *E-Satisfaction* as an Intervening Variable in the Access by Kai Application. *Journal of Management and Engineering Sciences*, 1(2), 62–70. <https://doi.org/10.61552/JMES.2024.02.005>
- Sudirjo, F., Novita Sari, E., Yuliani, Hendra, & Apramilda, R. (2024). The Role of Customer Trust Toward Digital Sales and Website Visitor Satisfaction on Customer Loyalty of Zara Indonesia. *Jurnal Informasi dan Teknologi*, 6(1), 291–296. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.517>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Suprapti, S., & Suparmi. (2020). Membangun e-Loyalty dan *E-Satisfaction* melalui e-Service Quality Pengguna Goride Kota Semarang. *JKBM: Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 240–255. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3795>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using Multivariate Statistics*. MA: Pearson.
- Tannady, H., & Purnamaningsih, P. (2023). Determinant Factors Customer Satisfaction and its Implication on Customer Loyalty: From the Perspective of Customers of Vespa. *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(2), 434–438. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v4i2.786>
- Tataningtyas, L., & Tjahjaningsih, E. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi *E-Trust* Serta Dampaknya Pada Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 55–67.
- Thaher, M., Rivai, A. K., & Febrilia, I. (2024). 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. *Indonesian Journal of Economics, Management, and*

Accounting, 1(6), 584–592.

- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi.
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap *E-Satisfaction* Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *Jurnal Agora*, 6(1), 1–10.
- Wandoko, W., Haryanto, B., & Panggati, I. E. (2023). The Influence of *E-Trust* and *E-Satisfaction* on Customer *E-Loyalty* toward Online Shop in E-Marketplace during Pandemic Covid-19. *E3S Web of Conferences*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338803001>
- Wastia, A., Hadiwibowo, T., Nabilla, F. P., Yunizar, A., & Yusuf, P. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Shopee Berdasarkan Rating Dan Ulasan Google Play Store Menggunakan Naïve Bayes. *Jurnal Riset Informatika dDan Teknologi Informasi (JRITI)*, 1(2), 43–47.
- Wicaksono, D. A. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoretis). *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 504–509.
- Wirapraja, A., Aribowo, H., & Setyoadi, E. T. (2021). The Influence of E-Service Quality, and Customer Satisfaction On Go-Send Customer Loyalty In Surabaya. *Indonesian Journal of Information Systems*, 3(2), 128–137. <https://doi.org/10.24002/ijis.v3i2.4191>
- Wiryana, N. Y., & Erdiansyah, R. (2020). Effect of E-Service Quality and Perceived Value on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as a Mediation Variable in E-Commerce Business. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(5), 217.
- Zahra, N. S., Fadillah, A. F., Anjani, A. F., & Yusuf, A. (2024). Upaya Meningkatkan E-Satisfaction Melalui E-Service Quality dan *E-Trust* pada Pengguna Halodoc. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 7(1), 68–77. <https://doi.org/10.32500/jematech.v7i1.5788>
- Zai, R. A., Mendrofa, Y., & Gulo, S. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Alfamidi Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 135–144.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.2307/1251929>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Agritika, D. F., Hartoyo, H., & Suharjo, B. (2024). The The Effect of E-Service Quality Through Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty of Klikindomaret

- Users. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 10(1), 203–213. <https://doi.org/10.17358/ijbe.10.1.203>
- Akbar, R. N., & Endayani, F. (2022). PENGARUH E-TRUST DAN *E-SATISFACTION* TERHADAP MENINGKATNYA E-LOYALTY PADA PENGGUNA APLIKASI E-COMMERCE DI KALANGAN GENERASI MILLENNIAL. *Journal of Economic Perspectives*, 16(1), 1–15.
- Alfarobi, M. L., & Widodo, T. (2023). Pengaruh E-Trust, E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui ESatisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 10(2), 840–848.
- Andriyani, D. R. (2024). The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction and Purchase Intention at The Legendary Restaurants in Malang. *Habitat*, 35(1), 8–18. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2024.035.1.2>
- 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). *Jurnal Volatilitas*, 5(5), 103–128.
- Anita, T. L. (2019). The Effect of Perceived Quality in E-commerce to Customer Loyalty (WOM, INTENT, TRUST) Through Customer Satisfaction. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 29–39.
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Databoks.
- Annur, C. M. (2024). *Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Januari-Desember 2023)*. Databoks.
- Asakdiyah, S., Bonaga, J. K., & Prastowo, I. (2024). Model of Student E-Loyalty Formation Through E-Service Quality and *E-Satisfaction*. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 6074–6079.
- Ashiq, R. (2024). Exploring the effects of e-service quality and e-trust on consumers ' *E-Satisfaction* and e-loyalty: insights from online shoppers in Pakistan. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, 3(2), 117–141. <https://doi.org/10.1108/JEBDE-09-2023-0019>
- Berliana, C., & Sanaji. (2022). Effect Of E-Service Quality, E-Trust, And

- Commitment On E-Loyalty With *E-Satisfaction* As A Mediation Variable. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2397–2413.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Cahyanti, A. A. A., Sudarmiatin, & Dhewi, T. S. (2022). Effect of E-Service Quality and E-Trust on E-Loyalty of E-Payment Through *E-Satisfaction* of Shopee pay Users. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 2(1), 239–246.
<https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i1.234>
- Darmawan, E. F., & Ekawanto, I. (2024). Antecedent Dan Konsekuensi *E-Satisfaction* Website Ecommerce. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(1), 671–680.
- Deccasari, D. D., Putra, D. H., & Pudjiastuti, W. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Moderasi Variabel Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek Di Kota Malang). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(2), 378–384.
- Dharmawan, D., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Satisfaction (Studi Pada Pengguna Dompot Digital OVO). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 186–196.
- Edhi, P. K., & Heryjanto, A. (2024). The Influence of E-service Quality On Customer Satisfaction Mediated by E-trust (Empirical Study: Telemedicine Users at Hospital x Tangerang). *Journal of Management*, 3(1), 138–148.
<https://myjournal.or.id/index.php/JOM>
- Efdison, Z., Lova, A. N., Yelnim, Y., & Liantifa, M. (2024). The Influence of E-Service Quality on E-Customer Loyalty Through *E-Satisfaction* as a Mediator in Indonesia E-Wallet. *Universitas Putera Batam*, 12(1), 429–437.
- Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelau. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 247–254.
- Fathi, S., Ranjbarian, B., & Rezaei, Z. (2012). Factors Influencing on Customers' *E-Satisfaction*: A case Study from Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(9), 1496–1511.
- Fauziah. (2020). Strategi Brand Ambassador Online Shop “Shopee” Dalam Meningkatkan Penjualan. *Journal of Business Studies*, 5(2), 1–26.

- Firdaus, M. Y. Al, & Rachmawati, I. (2024). The Influence of E-Service Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction Among Livin' by Mandiri Users. *International Journal of Social Science and Business*, 8(1), 142–150. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v8i1.69777>
- Fitria, N., Zahrawanny, V. P., Al, U., & Indonesia, A. (2020). Pemanfaatan Komputer pada Pembelajaran Seni di TK Islam Raudlatul Azhar. *PROCEEDING Literasi Dalam Pendidikan Di Era Digital Untuk Generasi Milenial*, 347–354.
- Fitriana, I., Sugiono, A., & Adistya, D. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP *E-SATISFACTION* (Survei pada Mahasiswa Pengguna OVO di FISIP Universitas Lampung). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(4), 7.
- Franedy, R. (2019). *Diam-diam Shopee Mulai Gerogoti Pangsa Pasar Tokopedia di RI*. CNBC Indonesia.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi Kesembilan. In *Seminar Nasional Hasil Penelitian-Stimik Handayani Denpasar* (Issue September, p. 27).
- Handayani, R. (2020). Metodologi Penelitian Sosial. In *Trussmedia Grafika* (Issue April).
- 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*, 4(1), 93–104.
- Henryadi, T. Z. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Hur, Y., Ko, Y. J., & Valacich, J. (2011). A Structural model of the relationships between sport website quality, *E-Satisfaction*, and e-loyalty. *Journal of Sport Management*, 25(5), 458–473. <https://doi.org/10.1123/jsm.25.5.458>
- Ismail, & Khuzaini. (2023). Pengaruh Harga, E-Trust, E-Service Quality Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shoppe (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(1), 1–19.

- Januarti, O., & Suyatno. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Livin By Mandiri Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT Bank Mandiri Di Banjarmasin Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(2), 1–13.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55–62.
- Julhadi, J., & Herdi, H. (2022). Penggunaan teknologi di era pandemi Covid-19 : A systematic literatur review. *TERAPUTIK: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 6(1), 104–110. <https://doi.org/10.26539/terapeutik.611003>
- Junnawan, V., & Slamet, F. (2024). Pengaruh E-Trust, E-Customer Satisfaction, dan Perceived Value terhadap Pelanggan Toko Online E-Commerce di DKI Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(1), 125–131. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i1.28583>
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). *10th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1204–1213.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2003). Antecedents of Consumer Trust in B-to-C Electronic Commerce. *Ninth Americas Conference on Information Systems*, 155(2), 9600.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles Of Marketing, 18th Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing Management, Global Edition, 16th edition*. Pearson.
- Kuska, D. A. R., Wijayanto, H., & Santoso, A. (2024). Improving The E-Satisfaction and E-Loyalty Based on E- Trust and E-Service Quality on Shopee Customer. *Journal of Consumer Sciences*, 9(1), 22–39.
- 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>
- Luthfiani, F., & Sudiman, J. (2024). Pengaruh E- Service Quality dan E-trust

- Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile Kota Padang Panjang. *Akuntansi Dan Manajemen*, 19(1), 1–16.
- Luyanny, L., & Widjaja, W. (2024). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui (Studi Pada Pengguna Platform Sociolla Tahun 2023). *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 1–13.
- Maisaroh, R., & Nurhidayati, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(2), 197–216.
- Manggala, H., & Adirinekho, G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Shaburi Kelapa Gading). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 39–53.
- Manihuruk, B. K. (2023). Analisis Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada PT Shopee Indonesia. *Journal Business and Management*, 1(1), 11–23.
- Mansyriah, H. Z., Dewi, R. S., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Bank Mandiri Pengguna New Livin By Mandiri Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 195–202.
- Maulana, F. W., Arrochimmi, K. P., & Dianti, K. (2024). The Influence of E-Service Quality and Service Features on Customer Trust in Gojek Application Users. *Apollo: Journal of Tourism and Business*, 2(2), 228–239.
- Mawardi, I., Usman, O., & Musyaffi, A. M. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Intervening Pada Nasabah Livin' By Mandiri. *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3(1), 2828–6863.
- Megayani, Chandr, R., & Haidina, N. (2023). The influence of e-service quality and E-Satisfaction on repurchase intention: Mediating role of e-trust. *The Korean Academic Association of Business Administration*, 36(6), 979–998. <https://doi.org/10.18032/kaaba.2023.36.6.979>

- Meileny, F., & Ariyanti, M. (2023). The Influence Of E-Service Quality, E-Trust, and Perceived Value on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction of Alfagift Application By Alfamart In Indonesia. *International Journal of Science, Technology & Management*, 1(1), 550–565.
- Melinda, E., Usman, O., & Aditya, S. (2023). The Effect of E-Service Quality and E-Trust on E-Loyalty with *E-Satisfaction* as an Intervening for Mobile Banking User. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 80–96. <https://doi.org/10.21009/jdmb.06.1.6>
- Mubarok, A., & Kurriwati, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap *E-Satisfaction* Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank Tabungan Negara Bangkalan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(1), 91–97. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i1.11336>
- Nasrifah, M. (2022). Peningkatan Loyalitas Konsumen Yang Berbasis Kualitas Produk. *JEKOBIS : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 139–142.
- Naufal, M. A., & Millanyani, H. (2024). The Influence Of E-Service Quality Dimensions On E-Customer Satisfaction And Its Impact On E-Customer Loyalty Tiket.Com. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(1), 118–126. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i1.1025>
- Nurakhmawati, R., Purnamawati, A., & Fahmi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 191–204.
- Nurinda, S. A., & Hadi, M. (2024). Pengaruh e-Trust, e-Service Quality, dan Minat Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee paylater di Platform e-Commerce Shopee. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 207–212.
- 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). *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(3), 620–632.
- Oktaviali, M. R., Sidiq, F. M., Azzahra, K., & Romdonny, J. (2024). The Effect of Food Quality and Service Quality on Consumer Loyalty with Satisfaction as

- the Intervening Variable. *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences (IJHESS)*, 3(6), 810–827. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7_85
- Paryanti, A. B. (2022). Analisis Pengaruh Customer Satisfaction Dan Trust In Bran Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pengguna Kartu XL di Sekolah Tinggi Manajemen Labora). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 82–94.
- Podengge, R. K., & Haryani. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas Dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 1(2), 70–89.
- 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.
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen (JAM)*, 18(2), 12–31.
- Pratama, R. A., Prasetyo, W. B., & Ramli, A. H. (2024). E-Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction And E-Loyalty In Online Shopping. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(3), 1–8.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i3.2313>
- Pratiwi, L., Sunaryo, & Mugiono. (2021). The effect of e-service quality on e-loyalty mediated by e-trust and brand image variables: A study on OVO E-Wallet application users in Malang City. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 10(6), 56–62.
<https://www.ssbfnct.com/ojs/index.php/ijrbs/article/view/1364>
- Pratmanto, D., Rousyati, R., Wati, F. F., & Widodo, A. E. (2020). App Review Sentiment Analysis Shopee Application In Google Play Store Using Naive Bayes Algorithm. *Journal of Physics Conference Series*, 1641(1), 1–7.
<https://doi.org/10.1088/1742-6596/1641/1/012043>
- 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>
- Rahmadina, A. N., & Hasan, I. (2024). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty Melalui *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pengguna BSI Mobile PT. BSI di Kota Malang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4130–4140.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1541>
- Rahmawati, A., & Ramli, A. H. (2024). E-Trust , Perceived Ease of Use, *E-Satisfaction* And E-Loyalty For Users Of The Tiktok Shop Application. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), 279–294.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2209>
- Rifathurrahman, R. F., Chaniago, H., & Efawati, Y. (2024). THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON REPURCHASE INTERESTS OF THE ONLINE SHOPPING SHOPEE INDONESIA. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 13(1), 8–25.
- 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>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., Suwena, K. R., Ekonomi, J. P., & Ganesha, U. P. (2019). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318–328.
- 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 Bakti Saraswati*, 12(1), 39–50.
- Sakti, D. B., Widiartanto, & Wijayanto, A. (2023). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi pada Konsumen Generasi Z di Universitas Diponegoro, Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 276–283. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Santi, I. N., Muzakir, & Wahyuningsih. (2020). Pengaruh E-Servqual Terhadap E-

- Loyalty Pada Pelanggan Traveloka. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(2), 120–124. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i2.18429>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1), 127–146.
- Saputri, R., Lukitaningsih, A., & Maharani, B. D. (2024). Pengaruh E-Service Quality, Customer Value, Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Pada Pengguna Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(01), 152–165. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.30172>
- Saragih, L., Napitu, R., & Siagian, H. T. (2021). ANALISIS E-SERVICE QUALITY LAZADATERHADAP E-CUSTOMER SATISFACTION GENERASI Z DI PEMATANGSIANTAR. *YUME : Journal of Management*, 4(1), 333–342. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.234>
- Sipahutar, D. H. N., & Irdawati, D. A. R. (2024). Analysis of E-Service Quality Factors That Affect *E-Satisfaction*. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(4), 781–791. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/dijjms.v5i4>
- Sirait, T. S. P., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2022). Analisis Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap E-Loyalty Dengan *E-Satisfaction* Sebagai Intervening Pada Pengguna Dompot Digital Dana (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(1), 105–117.
- Sodirin, & Elina, M. (2020). Pengaruh Kepuasan Pembeli Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pembeli Di MM Pringsewu. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai*, 4(1), 19–28.
- Sudaryanto, S., Fauziyyah, S., & Maharani, H. A. (2024). The Influence of E-Trust on Repurchase Intention with *E-Satisfaction* as an Intervening Variable in the Access by Kai Application. *Journal of Management and Engineering Sciences*, 1(2), 62–70. <https://doi.org/10.61552/JMES.2024.02.005>
- Sudirjo, F., Novita Sari, E., Yuliani, Hendra, & Apramilda, R. (2024). The Role of Customer Trust Toward Digital Sales and Website Visitor Satisfaction on Customer Loyalty of Zara Indonesia. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 6(1),

- 291–296. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.517>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d _ Dr*.
- Suprapti, S., & Suparmi. (2020). Membangun e-Loyalty dan *E-Satisfaction* melalui e-Service Quality Pengguna Goride Kota Semarang. *JKBM: Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 240–255. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3795>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using Multivariate Statistics*. MA: Pearson.
- Tannady, H., & Purnamaningsih, P. (2023). Determinant Factors Customer Satisfaction and its Implication on Customer Loyalty: From the Perspective of Customers of Vespa. *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(2), 434–438. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v4i2.786>
- Tataningtyas, L., & Tjahjaningsih, E. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi E-Trust Serta Dampaknya Pada Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 55–67.
- Thaher, M., Rivai, A. K., & Febrilia, I. (2024). 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. *Indonesian Journal of Economics , Management , and Accounting*, 1(6), 584–592.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi.
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap *E-Satisfaction* Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *AGORA*, 6(1), 1–10.
- Wandoko, W., Haryanto, B., & Panggati, I. E. (2023). The Influence of E-Trust and *E-Satisfaction* on Customer E-Loyalty toward Online Shop in E-Marketplace during Pandemic Covid-19. *E3S Web of Conferences*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338803001>
- Wastia, A., Hadiwibowo, T., Nabilla, F. P., Yunizar, A., & Yusuf, P. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Shopee Berdasarkan Rating Dan Ulasan Google Play Store Menggunakan Naïve Bayes. *Jurnal Riset Informatika Dan*

- Teknologi Informasi (JRITI)*, 1(2), 43–47.
- Wicaksono, D. A. (2022). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis). *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 504–509.
- Wirapraja, A., Aribowo, H., & Setyoadi, E. T. (2021). The Influence of E-Service Quality, and Customer Satisfaction On Go-Send Customer Loyalty In Surabaya. *Indonesian Journal of Information Systems*, 3(2), 128–137. <https://doi.org/10.24002/ijis.v3i2.4191>
- Wiryana, N. Y., & Erdiansyah, R. (2020). Effect of E-Service Quality and Perceived Value on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as a Mediation Variable in E-Commerce Business. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(5), 217.
- Zahra, N. S., Fadillah, A. F., Anjani, A. F., & Yusuf, A. (2024). Upaya Meningkatkan E-Satisfaction Melalui E-Service Quality dan E-Trust pada Pengguna Halodoc. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 7(1), 68–77. <https://doi.org/10.32500/jematech.v7i1.5788>
- Zai, R. A., Mendrofa, Y., & Gulo, S. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Alfamidi Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 135–144.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.2307/1251929>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm*.