

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Ashoer, M. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pelanggan Situs Toko Online Brodo. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 15(3), 238–251. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i3.4543>
- Faruk Ulum, & Rinaldi Muchtar. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 68–72.
- Geyskens, I., Steenkamp, J.-B., Scheer, L., Kumar, N., Steenkamp, J.-B. E. M., Scheer, L. K., & Kumar, N. (1996). An investigation into the joint effects of trust and dependence on relationship commitment: a trans-atlantic study. Research in Marketing The effects of trust and interdependence on relationship commitment: A trans-Atlantic study. *J. of Research in Marketing*, 13(January), 303–317. <https://www.researchgate.net/publication/40198636>
- Handayanti¹, D. N., Indarto², M. R., Tinggi, S., Manajemen, I., & Yogyakarta, Y. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Intervening Pada Pengguna E-Commerce Shopee. *Muhammad Roni Indarto*, 4(1), 83–104.
- Irwansyah, A., & Mappadeceng, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Toko on Line Buka Lapak. *J-MAS (Jurnal Dan Sains)*, 3(2), 128. <https://doi.org/10.33087/jmas.v3i2.50>
- Halilah, I. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Relawan Jurnal Indonesia (RJI), 10(1), 1204–1213.



Nasrulloh, A. F., & Firmansyah, F. (2024). Pengaruh E-Service Quality Dan Price Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 691–709. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4068>

Nurkhomaria, D., Chamidah, S., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh E-Trust, E-Service Quality, Dan E-Satisfaction Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Shopee. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(3), 620–632. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i3.85>

Panjaitan, I. R., Tri Inda Fadhila Rahma, & Nur Fadhilah Ahmad Hasibuan. (2023). PENGARUH E-TRUST DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY NASABAH PENGGUNA BSI MOBILE DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pengguna BSI Mobile di Kota Medan). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(11), 4423–4438. <https://doi.org/10.53625/jirk.v2i11.5489>

Pradnyaswari, Aksari, N. P. I., & Asti, N. M. (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.

Prakosa, D., & Pradhanawati, A. (2020). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 457–464. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28742>

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



Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 9(4), 539–547. [g/10.14710/jiab.2020.28803](https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28803)

Ekonomi Islam. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April), 15–38.

Sanjaya, R. I. (2012). Pengaruh E-Satisficing Terhadap E-Loyalty Dengan Menggunakan Moderator E-Trust Pada situs Kaskus.com di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 1–7.

Siswanto, E. (2017). *Komparasi Keefektifan Penerapan Model Pembelajaran Inkuiri Dan Ekspositori Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Ipa Siswa Kelas 5 Di Mi Se Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri*. 63–95.

Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58.
<https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>

Suprpti, S., & Suparmi. (2020). Membangun e-Loyalty dan e-Satisfaction melalui e-Service Quality Pengguna Goride Kota Semarang Development of e-Loyalty and e-Satisfaction through quality of e-Service for Goride User. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 2407–263. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3795>

Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>

Syarif, M. I., Hannum, M., Wahyuni, S., & Nurbaiti. (2023). Potensi Perkembangan E-Commerce Dalam Menunjang Bisnis di Indonesia. *Journal of Computers and Digital Business*, 2(1), 11–14. <https://doi.org/10.56427/jcbd.v2i1.30>



u. M., Akbar, A., Abadi, R. R., Aslam, A. P., & Abadi, R. R. (2022). Pengaruh E-Customer Satisfaction Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Aplikasi

Shopee di Kota Makassar. *Seminar Nasional Hasil Penelitian 2022*, 1–12.

Tirtayasa, S., Jufrizen, J., Pirari, W. S., & Sari, M. (2024). E-Satisfaction and E-Loyalty: the Role of Brand Image and E-Service Quality. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 8(1), 1–26. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2024.v8.i1.5677>

yuli widowati, hapsari. (2016). Analisis Faktor Pembentuk E-Loyalty. *Ajie*, 1(2), 115–130. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss2.art3>

Yusra, A., & Asnur, L. (2022). Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Konsumen di Cafe Kedai Kebun Dharmasraya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 15083–15089. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/4790%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/4790/4064>

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375. <https://doi.org/10.1177/009207002236911>

