

DAFTAR PUSTAKA

- Abd.Hakam, N. H. (2022). *The Effect of E-Service Quality and E-Trust on Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction as Intervening Variables (Case Study on Shopee Users in Malang Regency)*. Vol.5, No.2, 12678-12687.
- Abdul Latif, E. S. (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). Vol. 7, No.3, Desember 2023, 523-536.
- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen (Teori dan Aplikasi). AE Publishing.
- Afik Melawati, H. W. (2024). Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai *Variabel Intervening* pada Aplikasi Belanja Online Shopee: Studi pada Mahasiswa Kota Yogyakarta. Vol.6 No.1, 29-47.
- Alexandra Devaraell Susan, N. F. (2024). Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai *Variabel Intervening* pada Aplikasi Belanja Online Shopee: Studi pada Mahasiswa Kota Yogyakarta. Vol.13, No.3, 629-642.
- Amila Sativa, S. R. (2016). Analisis Pengaruh *E-Trust* dan *E-Service Quality* terhadap *E-loyalty* dengan *E-satisfaction* sebagai *Variabel Intervening* (Studi pada Pengguna *E-Commerce* C2C Tokopedia) . *Journal of Management*, 1-10.
- Armstrong, P. K. (2018). *Principles of Marketing (Global Edition)*. Pearson Education .
- Augustien, A. B. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening* pada Aplikasi Shopee.
- Desy Nur Handayanti, M. R. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-loyalty* dengan *E-Satisfaction*. Vol.4, No.1 (2023):April, 93-104.
- Diah Ambarwati, J. D. (2023). Pengaruh Kualitas *E-service* Terhadap Loyalitas Pelanggan di Shopee melalui Kepuasan Pelanggan sebagai *Variabel Intervening* pada Pengguna Aplikasi Shopee di Surabaya. *Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 454-466.
- Dudung Juhana, A. T. (2023). Pengantar *E-commerce dan Platform Digital*. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Erny Amriani Asmin. Andi Hendra Syam, K. N. (2021). Manajemen Pemasaran (perspektif *Digital Marketing*). Media Sains Indonesia.
- Fitri Rahmawati Ramadhan, S. (2023). Pengaruh *E-Service Quality*, *Brand Image*, dan *Customer Trust* terhadap *E-loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction* pada Perusahaan *E-Commerce* Sociolla. *RES PUBLICA Vol.1, No.3, MARCH (2023)*, 82-96.
- Hidayah, R. T. (2025). *Exploring The Effects of E-Service Quality and E-Trust on Consumers E-Satisfaction and Tokopedia's E-loyalty: Insights from Gen Z Online Shoppers. International Journal of Digital Marketing Science Vol.2, No.1*, 41-50.
- Husni, F. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai *Variabel Intervening* pada Pengguna *E-Commerce* Shopee di Makassar. *Journal of Business, Techlogy, & Social Science*.
- Ika Meranti, B. T. (2021). *E-Commerce*. Eureka Media Aksara.
- Ike Puspitayanti, S. M. (2023). *The Influence of E-Recovery Service Quality and E-Service Quality on Loyalty through Tokopedia Customer Satisfaction. Vol. 2, No.3*, 243-256.
- Ilham Karin Rizkiawan. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-trust* terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada pengguna *e-commerce* shopee di Surakarta. *Management and Digital Business*, 150-160.
- Imam Ghozali & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (Edisi 2)*. Badan Penerbit Undip.
- Iranda Kayla Avania, A. W. (2022). *Affect Of E-Service Quality On E-Customers Loyalty Through E-Customers Satisfaction On E-Commerce Shopee. Budapest International Research and Critics* , 535-546.
- Kd. Jessica Prabawanti, S. B. (2024). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai *Variabel Intervening* di *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus pada Gen-Z Kota Palu). Vol.7, No.5 *Journal Economic, Business and Acoounting*, 5681-5690.
- Kornelius Kurniaman Waruwu, S. H. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Brand Image* Terhadap *E-loyalty* pada. Vol 3, No 3, Oktober 2022, pp. 335–341, 335-341.

- Mega Purwati, A. P. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai *Variabel Intervening* (Studi pada Pengguna *E-Commerce* Bukalapak).
- Muhammad Luthfi, T. W. (2023). Pengaruh *E-Trust*, *E-Service Quality* Terhadap *E-loyalty* Melalui *E-Satisfaction* Sebagai *Variabel Intervening* pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung. *Vol.10, No.2*, 840-848.
- Muhammad Rifki Oktaviani, F. M. (2024). *The Effect of E-Service Quality and E-Trust on E-loyalty with E-Satisfaction as the Intervening Variable. Volume 3, Number 6*, 3009-3015.
- Ngatno, A. E. (2021, July 25). *Effect of E-Service Quality on E-Satisfaction and E-loyalty Moderated by Purchase Frequency. Archieves of Business Research*, 9, 153-161.
- Pengaruh *E-Trust*, *E-Service Quality* Terhadap *E-loyalty* Melalui *E-Satisfaction* Sebagai *Variabel Intervening* pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung. (2023). *Vol.10, No.2 April 2023*, 840-848.
- Philip Kotler, K. L. (2022). *Marketing Management (Global Edition). Person Education*.
- Rahmadani Hidayat, M. R. (2023). Manajemen Pemasaran. Azka Pustaka.
- Rani Mohammad Al-dweeri, Z. M.-d. (2017). *The Impact of E-Service Quality and E-loyalty on Online Shopping Moderating Effect of E-satisfaction and E-trust. International Journal of Marketing Studies*, 9, 92-103.
- Rozzy, F. (2022). *E-Service Quality dan E-Wom terhadap E-loyalty dengan E-Trust sebagai Variabel Intervening. Vol. 23, No.1*, 59-69.
- Rubab Ashiq, A. H. (2024). *Exploring the effects of e-service quality and e-trust on consumers' e-satisfaction and e-loyalty: insights from online shoppers in Pakistan. Vol.3 No.2*, 117-141.
- Rue, G. R. (2019). Dasar-Dasar Manajemen (Edisi Revisi). Bumi AKsara.
- Salsabila Annisa Riyadi, U. S. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Brand Image* terhadap *E-Satisfaction* dan *E-loyalty* pada Pengguna Tiktok Shop. *Vol.4, No.1*, 1-16.
- Saragih, M. G. (2019). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-loyalty* melalui *E-satisfaction* (Studi pada Pelanggan Toko *Online Shopee* di Kota Medan). *Jurnal Mantik Penusa*, 190-195.
- Sevin Septyandari, N. K. (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). *Jurnal Manajemen*, 254-264.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta Bandung.

Susanta, S. D. (2024). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* dan *E-Trust* serta Dampaknya pada *E-loyalty* Pelanggan Shopee. *Administrasi Bisnis*, 241-254.

Tabroni. (2024). *Bauran Pemasaran (Strategi Pemasaran di Era Digital)*. Minhaj Pustaka.

Tudung Subali Patma, M. M. (2019). *Pengantar Manajemen*. Polinema Press.

Widiana, M. E. (2020). *Pengantar Manajemen*. CV. Pena Persada.