

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Usmara. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books
- Adhari, Iendy Zelviean. (2021). *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust*. Jawa Timur : CV. Penerbit Qiara Media.
- Ajzen, I. and Fishben, M. (1980). *Understanding Attitudes And Prediting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ. Prentice. Hall.
- [Akbar, Muhammad Aladin., dan Allam, Sitti Nur. \(2020\). \*E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital\*. Medan: Yayasan Kita Menulis.](#)
- Akbar, Ario Arzaq., dan Djatmiko, Tjahjono. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Dan E-Customer Loyalty Pada Lazada.co.id. *E-Proceeding Of Management*, Vol.3, No.1.
- Aquilani, Barbara., Serpico, Elsa., Silvestri, Cecilia., dan Ruggieri, Alessandro. (2016). *Web-Based Service : Concept. Methodologies, Tools, and Applications*. America: IGI Global.
- Arnould, E., Price, L., dan Zinkhan, G. (2004). *Consumer 2<sup>nd</sup> ed*. Boston, Massachusetts: The McGraw-Hill Companies.
- [Candrianto. \(2021\). \*Keputusan Pelanggan Suatu Pengantar\*. Malang: Literasi Nusantara.](#)
- Chase, R and Jacobs, R. (2014). *Operation and Supply Chain Management*. Global Case Edition, New York: Mc Graw Hill.
- Curatman, Aang. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- [Davis, F. D. \(1989\). \*Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology\*. MIS quarterly, 219-340.](#)
- [Elvandri, S. D. \(2011\). \*Penerimaan Sistem Online Berdasarkan Unifield Theory of Acceptance and Usage of Tecnology\*. Jurnal Integra, 1\(1\) 72-91.](#)
- Fandy, Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi.

- Fatmawati, Endang. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, Vol. 09, No 01
- Gintari, I Gusti Ayu Ketut. (2021). *Niat Beli Via Online*. Bandung: CV.Media Sains Indonesia.
- [Gotama, Febrianto., dan Indarwati, Tias Andarini. \(2019\). The Effect Of E-Trust And E-Service Quality To E-Loyalty With E-Satisfaction As The Mediation Variable \(The Study Of Bebas Bayar Application Users In Indonesia\), \*Jurnal Mind: Manajemen Ide dan Inspirasi\*, Vol. 6, No.2.](#)
- [Ghozali, Imam. \(2011\). \*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19\*. Semarang: Universitas Diponegoro.](#)
- Ghozali, Imam., dan Lathan , H. (2012). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS2.0M3*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [Ghozali, Imam., dan Latan, H. \(2015\). \*Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0\*. Semarang: Universitas Diponegoro.](#)
- [Griffin, Jill. \(2005\). \*Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan\*. Jakarta: Erlangga.](#)
- [Hafipah., Wardana, Aditya., dan Rochmi, Alfi. \(2022\). \*Pemasaran \(Membangun Loyalitas Pelanggan\)\*. Bandung: CV.Media Sains Indonesia.](#)
- Hariato, D., dan Subagio, H. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Atmosfer terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1 No. 1 hal. 1-8.
- Kasih, Sekar Sedyaning., dan Moeliono, Nan Karina. (2020). Pengaruh E-service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Sorabel Di Bandung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 5, No.4.
- Kartono, Ridwan Achdiat., dan Halilah, LI. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap E-loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). *Polban IRWNS 10<sup>th</sup> Industrial Research Workshop and National Seminar*.

[Kotler, P., dan Keller, K.L. \(2009\) \*Marketing Management, 13<sup>th</sup> ed.\*, Upper Sanddle River, New Jersey: Pearson Education.](#)

Kotler, P. dan Keller. (2012). *Marketing Management 14<sup>th</sup> edition*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.

Laudon, K.C., dan Traver,C.G. (2017). *E-commerce 2017 : Bussines, Technology, Society, 13<sup>th</sup> Edition* : Person.

Liani, Anisa Mauta., dan Yusuf, Abdul. (2021). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty Dimediasi Oleh E-Satisfaction Pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *Journal Of Management*, Vol.4, No.1.

[McKnight, D. H., Choudhury, V., dan Kacmar, C. \(2002\). \*Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce: An Integrative Typology Information Systems Research\*, Vol.13, No.3.](#)

Mege, Stacia Reviany., Kurniawati, Nurul Imani., Werdani, Riandhita Eri., dan Suwandi. (2021). *Sistem Logistik Bisnis E-commerce di Era New Normal*. Surabaya : CV. Jakad Media Publishing.

Muhandri, Tjahja., dan Kadarisman, Darwin. (2012). *Sistem Jaminan Mutu Industri Pangan*. Bogor : IPB Press.

[Pasuraman, A., Zeithaml, V. A., dan Malhotra, A. \(2005\). \*E-S-QUAL: A Multiple Item Scale For Assessing Electronic Service Quality\*, \*Journal of Service Research\*, 7 \(3\), 213-233.](#)

Pertiwi, R. Dewi. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Yogyakarta : CV. Budi Utama.

[Pramuditha, Rufina., Hidayah, Syarifah., dan Indriastuti, Herning \(2021\). \*Pengaruh Service Quality, E-Trust Terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty Konsumen \(Studi Pada Konsumen Marketpalce Shopee di Kalimantan Timur\)\*, \*Jurnal Sketsa Bisnis\*, Vol. 08, No.02.](#)

Prakosa, Dhimas., dan Pradhanawati,Ari. (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 Administrasi Bisnis*, 9(4).

Purboyo,. Hastutik, Sri., Kusuma, Gst P Eka., Sudirman, Acai., Sangadji, Suwandi S., Wardhana, Aditya., Kartika, Riana Dewi., Erwin,. Hilal, Nur,. Syamsuri., Siahainenia, Silfiena., dan Marlina, Novi. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung : CV. Media Sains Indonesia.

Putra, Gst B Ngr P., Maharani, Iad Priyanka., dan Soraya, Dewi. (2021). *Kewirausahaan*. Bali : Nilacakra Publishing House.

Rintasari, Dias., dan Farida, Naili. (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 Administrasi Bisnis*, Vol. IX, No. IV.

Romadhoni, Buyung., D. Hadiwidjojo., dan Noermijati, Siti Aisyah. (2015). Relationship between E-Service Quality, E-Satisfaction, E-Trust, E-Commitment In Bulding Costumer E-Loyalty : A Literature Review. *Internasional Journal of Bussiness and Management Invention ISSN (Online)* : 2319-8028.

Santika, I Wayan., dan Pramudana, Komang Agus Satria. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-service Quality Terhadap E-loyalty Situs Online Travel Di Bali. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol.1, No.3.

[Saragih, H., dan Ramdhani, R. \(2012\). Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli \(FJB\) Kaskus. \*Journal of Information Systems\*, 8\(2\), 100-112.](#)

Saragih, Megasari Gusandra. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan). *Jurnal Mantik Penusa*, Vol.3, No.1.

[Septiani, Yuni., Arribe, Edo., dan Diansyah, Risnal. \(2020\). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas ABDURRAB Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual \(Studi Kasus:](#)

[Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru\). \*Jurnal Teknologi dan Open Source\*, Vol.3, No.1.](#)

Shinta, Agustina. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Malang : Universitas Brawijaya Press.

Sudarsono, Heri. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur : CV. Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.

Sumarwan, Ujang., Mulyana, Asep., Karno, Bagio Nugroho., Kurniawan, Ponti., dan Nugroho, Wahyu. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor : IPB Press.

[Susanta., dan Utomo, Humam Santosa. \(2022\). Effect of E-Service Quality on E-Trust and E-Satisfaction: A Study on Online Learning During The Covid-19 Pandemic. \*Journal of Economic, Finance and Management Studies\*, Vol.5 09-14.](#)

Tjiptono, Fandy., dan Chandra, Gregorius. (2011). *Service Quality & Satisfaction (Edisi 3)*. Yogyakarta : Andi.

Zeithaml, V, A., Bitner, M. J., dan Gremler, D.D . (2010). *Service Marketing Strategy*. In Wiley Internasional Encyclopedia.

Dhea Devina Handayani. (2019). Tokopedia Profile. Diakses pada 04 Februari 2019.

<https://tokopediaprofile.blogspot.com/2019/02/tokopedia-profile.html?m=1>

Fahmi., dan Burhan. (2021). Nilai Transaksi E-Commerce RI Melonjak. Diakses pada 4 Juni 2021.

<https://katadata.co.id/yuliawati/digital/60ba67ba89507/nilai-transaksi-e-commerce-ri-melonjak-91-shopee-kuasai-pasar>

Reza Pahlevi. (2022). GrabToko, Perusahaan E-Commerce dengan Pengaduan Konsumen Terbanyak. Diakses pada 12 January.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/grabtoko-perusahaan-e-commerce-dengan-pengaduan-konsumen-terbanyak>

Sulartopo. (2021). Jawara E-Commerce Indonesia Tahun 2021. Diakses pada 30 November.

<http://sistem-komputer-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Jawara-E-Commerce-Indonesia-Tahun-2021/857b78b207b9552985d741d5776f3e4fa5161622>

Viva Budy Iskandar. (2021). Pengguna Internet Indonesia Peringkat Ke 3 Terbanyak di Asia. Diakses pada 14 Oktober.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia#:~:text=Berdasarkan%20data%20internetworldstats%2C%20pengguna%20internet,pengguna%20internet%20terbanyak%20di%20Asia.>