

DAFTAR PUSTAKA

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KA LOKAL BANDUNG RAYA. *Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(2).
- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Manajemen Bisnis*, 17(3), 1–9.
- 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>
- Billyarta, G. W., & Sudarusman, E. (2021). PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK (E-SERVQUAL) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI SLEMAN DIY. *Optimal*, 18(1), 41–62.
- Candiwan, & Wibisono, C. (2021). Analysis of the influence of website quality to customer's loyalty on e-commerce. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 12(1), 83–102. <https://doi.org/10.7903/IJECS.1892>
- Chesanti, P., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile. *Pendidikan*, 1–8.
- Daon001. (2019). Kemkominfo: Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Capai 78 Persen. In *Kominfo.go.id*.
- David. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online Grab. *AGORA*, 6(2).
- Dwichehyanto, D. B. (2020). PERAN E-SERVICE QUALITY, KEMUDAHAN, KEPUASAN DALAM MEMBENTUK NIAT BELI ULANG KONSUMEN LAZADA. *Ilmu Manajemen*, 8(4), 1–10.

Elisa. (2020). PENGARUH E - SERVICE QUALITY TERHADAP MINAT BELI ULANG TIKET DI KAI ACCESS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unesa Pengguna Aplikasi Kai Access). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 999–1005.

Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>

Febrina, D., & Rachmawati, I. (2020). **PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN WARUNK UPNORMAL THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) ON CUSTOMER SATISFACTION AND ITS IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY OF WARUNK UPNORMAL.**

Handayani. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika.

Haryanto. (2021). Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta. In *inet.detik.com*.

Hermawan, T., Hidayat, N., & Fidhyallah, N. F. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Niat Membeli Kembali terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Oli MotorX. *Bisnis, Manajemen Dan Keuangan*, 2(1).

Hidayat, N., & Heryanda, K. K. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN NETFLIX. *Manajemen*, 8(1), 1–8.

Jayani, D. H. (2021). Peta Persaingan E-commerce di Indonesia. In *Katadata.com*.

Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Manajemen*, 13(1), 1–8.

Kotler, & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12* (12th ed.). PT. Indeks.

Magdalena, A. (2018). Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, dan E-Loyalty dalam Konteks E-Commerce Blibli. *Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–11.

- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Murhadi, W. R., & Reski, E. C. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan, Word Of Mouth, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Tiktok Shop (Studi Pada Pelanggan Tiktok Shop). *Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 1–12.
- Nofalia, I. (2019). Mengenal Sociolla, E-commerce Kecantikan Terbaik di Indonesia. In *finansialku.com*.
- Pramita, E. W., & Putri, S. R. (2020). Survei: Perempuan Indonesia Sudah Pakai Skincare sebelum 19 Tahun. In *Cantika.com*.
- Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Applied Statistics*, 4(1), 1–13.
- Putri, M. R. D., & Effendi, R. (2022). Sociolla dan Sukin luncurkan inisiatif waste down kindness up. In *babel.antaranew.com*.
- Rachmawati, I., & Mohaidin, Z. (2019). The Roles of Switching Barriers and Corporate Image between user Experience and Loyalty in Indonesia Mobile Network Operators. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, February, 48–57. <https://doi.org/10.51386/25815946/ijms-v2i1p106>
- Rehatalanit, Y. L. R. (2016). PERAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS. *Teknologi Industri*, 5, 1–8.
- Ridwan, M., & Noviyanti, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITASPELANGGAN GO-JEK(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam As-syafi'iyah). *Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1).
- Romadhan, R., Indriastuty, H. N., & Prihandoyo, C. (2019). 150Jurnal GeoEkonomiISSN-Elektronik (e): 2503-4790 | ISSN-Print (p): 2086-

1117Volume 10 Nomor 2 September 2019 | DOI:
doi.org/10.36277/geoekonomihttp://jurnal.fem.uniba-
bpn.ac.id/index.php/geoekonomiE-SERVICE QUALITYKEPUASAN
KONSUMEN MELALUI E-COMMERCETERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN. *GeoEkonomi*, 10, 1–14.

Romansyah, S. (2019). *Manajemen Pemasaran : Upaya untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada industri perbankan* (Romansyah (ed.)). Pustakwan Taman Ilmu.

Santoso, A. B. (2018). *Tutorial & Solusi Data Regresi* . Penerbit Agung Budi Santoso.

Sari, M., Prayogi, M. A., Jufrizen, J., & Nasution, M. I. (2020). Membangun Loyalitas Pelanggan Berbasis E-Service Quality Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan (Studi pada Transportasi Online Grab-Car di Kota Medan). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 218. <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK.2020.v14.i02.p07>

Sari, P. K., Alamsyah, A., & Wibowo, S. (2018). Measuring e-Commerce service quality from online customer review using sentiment analysis. *Journal of Physics: Conference Series*, 971(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/971/1/012053>

Sasongko, S. R. (2021). FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN(LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–115.

Simamora, & Caterin. (2017). E-commerce. In *MSM* (p. 1).

Sinambela. (2019). *Manajemen Kinerja: Pengelolaan, Pengukuran dan Implikasi Kinerja*. Rajawali Pers.

Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN (Servqual â€“ Parasuraman) DALAM MEMBENTUK KEPUASAN PELANGGAN SEHINGGA TERCIPTA LOYALITAS PELANGGAN. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45–64. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i1.285>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV

Alfabeta.

Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>

Syarizka, D. (2019). Bidik 100 Juta Pengguna. In *teknologi.bisnis.com*.

Yanto, R. T. Y., & Anjarsari, A. D. (2021). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE (STUDI KASUS PENGGUNA TOKO ONLINE SHOPEE). *Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 1–13.

Yulianto, A. R. (2018). Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Ekonomi*, 20(2).

Yusra, Y. (2015). Belanja Online Untuk Produk Kecantikan Terlengkap di Indonesia. In *dailysocial.id*.