

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Omari, Z. S., Alomari, K. A. A., & Aljawarneh, N. M. (2020). The Role Of Empowerment In Improving Internal Process, Customer Satisfaction, Learning And Growth. *Management Science Letters*, 10(4), 841–848. <https://doi.org/10.5267/J.Msl.2019.10.013>
- Anwar, S. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Service Quality, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Ponorogo)*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Asnawi, A. A., Awang, Z., Afthanorhan, A., Mohamad, M., & Karim, F. (2019). The Influence Of Hospital Image And Service Quality On Patients' Satisfaction And Loyalty. *Management Science Letters*, 9(6), 911–920. <https://doi.org/10.5267/J.Msl.2019.2.011>
- 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>
- Bernarto, I., Wilson, N., & Suryawan, I. N. (2019). Pengaruh Website Design Quality, Service Quality, Trust Dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus: Tokopedia.Com). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(1), 80–90. <https://doi.org/10.25124/Jmi.V19i1.1987>

- Billyarta, G. W., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee Di Sleman Diy. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 18(1), 41–62.
- Bressolles, G., & Durrieu, F. (2011). *Service Quality, Customer Value And Satisfaction Relationship Revisited For Online Wine Websites In 6th AWBR International Conference*. France.
- Falah, A. N. (2021). *Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masa Pandemi Covid-19 Pengguna Aplikasi Shopee Kuartal Kedua Tahun 2020*. IAIN Ponorogo.
- Firman, M. (2021). *Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, Dan E-Loyalty Terhadap Minat Pembeli Dalam Konteks E-Commerce Aplikasi Belanja Online Shopee*. Uin Raden Intan Lampung.
- Hikmah, A. N., & Riptiono, S. (2020). Pengaruh Customer Engagement Dan E-Service Quality Terhadap Online Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(1), 89–100. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i1.447>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lestari, L. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Volume Penjualan Pada Online Shop Aneka Kemeja Pria Bekasi. *Journal Online Mahasiswa (JOM) Bidang* 1(1), 1–14. <http://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/629>

- Magdalena, A., & Jaolis, F. (2018). Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, Dan E-Loyalty Dalam Konteks E-Commerce Blibli. *Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra*, 5(2), 1–11.
- Magdalena, R., & Angela Krisanti, M. (2019). Analisis Penyebab Dan Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik Dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test Di PT.Merck, Tbk. *Jurnal Tekno*, 16(2), 35–48. <https://doi.org/10.33557/Jtekn.V16i1.623>
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/Jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Mubarak, M. H. (2019). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap Repurchase Intention*. Fak. Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta.
- Mustafa, M. Z. Bin, Nordin, M. N. Bin, & Abdul Razzaq, A. R. Bin. (2020). Structural Equation Modelling Using AMOS: Confirmatory Factor Analysis For Taskload Of Special Education Integration Program Teachers. *Universal Journal Of Educational Research*, 8(1), 127–133. <https://doi.org/10.13189/Ujer.2020.080115>
- Paramitha, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Melalui E-Commerce Serta Dampaknya Kepada Kepuasan Konsumen. *Administrasi Bisnis*, 6(3), 1076–1089.

- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/Jsi.V5i2.185>
- Primadewi, M. D. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pondok Indah)*. Fak. Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta.
- Pudjarti, S., Nurchayati, N., & Dwi Putranti, H. R. (2019). Penguatan Kepuasan Model Hubungan E-Service Quality Dan E-Loyalty Pada Konsumen Go-Jek Dan Grab. *Sosiohumaniora*, 21(3), 237–246. <https://doi.org/10.24198/Sosiohumaniora.V21i3.21491>
- Rachmawati, D. F. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Tas Sophie Paris Di Pt. Pei Hai International Wiratama Indonesia)*. Stie Pgri Dewantara.
- Rifky, A. F. (2020). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Satisfaction*. Universitas Komputer Indonesia.
- Rinjani, D. (2019). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425–444.

- Saragih, M. G. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan): Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan). *Jurnal Mantik*, 3(1), 190–195.
- Sari, D. P. (2021). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada E-Commerce Shopee Dimasa Pandemi Covid-19*. UMSU.
- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee. *Journals.Upi-Yai.Ac.Id*, 2, 6.
- Setyariningsih, E. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (E-Commerce) Lazada Di Kota Mojokerto. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal Of Business And Management*, 2(2), 150–164.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (1996). *Using Multivariate Statistics*.
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *Agora*, 6(1), 1–10.
- Ulum, F., & Muchtar, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 68. <https://doi.org/10.33365/jtk.v12i2.156>
- Waluyo, M. (2020). *Mudah Cepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modelling (Reguler)*. PT Indeks, Jakarta.

Widyanita, F. A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee*.

Windi, W. (2021). *Pengaruh Layanan Sistem Pelacakan Online, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Penggunaan Jasa Ekspedisi Sebagai Variabel Intervening (Studi pada JNE Cabang Bekasi)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90.  
<https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>

<https://Www.Kajianpustaka.Com/2020/12/Strategi-Bersaing.Html>

<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/11/18/Tokopedia-Masih-Jadi-E-Commerce-Paling-Banyak-Dikunjungi-Pada-Kuartal-Iii-2021>

<https://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20220127/9/1494047/Bi-Catat-Nilai->

[Transaksi-E-Commerce-Tembus-Rp401-Triliun-Pada-](#)

[2021#:~:Text=Ekonomi-](#)

[.Bi%20catat%20nilai%20transaksi%20e%2dcommerce%20tembus%20rp40](#)

[1%20triliun%20pada,Preferensi%20masyarakat%20dalam%20berbelanja%](#)

[20daring](#)