

DAFTAR PUSTAKA

- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, dan perceived risk terhadap keinginan membeli kembali melalui e-trust dan s-satisfaction (Studi kasus pengguna Gopay pada transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40-52.
- Atmojo, J. J. T., & Widodo, T. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Loyalty melalui E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tiket.com. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 13(1), 133-149.
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh e-service quality terhadap e-satisfaction dan e-loyalty nasabah pengguna mandiri online. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1), 1-11.
- Fazria, M. A. S. Y., & Rubiyanti, R. N. (2019). Pengaruh e-service quality terhadap e-customer loyalty dengan e-customer satisfaction sebagai variabel intervening (studi kasus pada pelanggan Traveloka di Bandung). *eProceedings of Management*, 6(2).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (Vol. 2). *Universitas Diponegoro*.
- Ha, M. T. (2021). The Impact of Customer Value on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Hotel Firms. *Tourism Research*, 42(3), 141–158.
- Irhamna, C. A., & Dermawan, R. (2023). The Effect of E-Service Quality and E-Wom on Purchase Decisions Through the Tiktok Shop Application among Collage Students in Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(3), 667-686.

- Istighfarnissa, N., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2022). Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap e-loyalty dengan e-satisfaction sebagai variabel intervening (Studi pada pembelian tiket di situs Traveloka). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 399-410.
- Juwaini, A., Chidir, G., Novitasari, D., Iskandar, J., Hutagalung, D., Pramono, T., Maulana, A., Safitri, K., Fahlevi, M., Sulistyono, A. B., & Purwanto, A. (2022). The role of customer e-trust, customer e-service quality and customer e-satisfaction on customer e-loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 477–486.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Pearson.
- Mulia, I. O., & Fitriyah, Z. (2023). The Impact of E-Service Quality and Sales Promotion on Purchase Decisions in the Zalora Online Shopping Application (Case Study on Zalora Consumers in Surabaya). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2 (3), 997-1006.
- Nugroho, R.H. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Brand Satisfaction terhadap Brand Loyalty pada E-Wallet Gopay. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6 (5), 2640-2652.
- Putra, M. F. H., & Kusuma, Y. B. (2023). Promosi Online dan E-Service Quality terhadap Loyalitas Konsumen Aplikasi Grab (Studi Kasus pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4 (4), 4350-4357.
- Rachman, A. A. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction (Studi Kasus: Pelanggan Traveloka di Surabaya) (Doctoral dissertation, UPN “VETERAN” JAWA TIMUR).
- Susilo, D. (2020). Unlocking The Secret of E-Loyalty: A Study from Tiktok Users in China. *International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship*, 3(1), 37–49.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trist Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 12(1), 36-44.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service Quality & Customer Satisfaction* (5th ed.). Andi.
- Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). The effect of E-service quality, E-Trust, Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-loyalty of Traveloka's Customer. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*,4(3),1061–1099.