

DAFTAR PUSTAKA

- A Tobagus. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Situs Tokopedia. *Agora*, 6(1), 1–17.
- Aditya, Ficky Tyoga. (2023). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction dan E-WOM Terhadap Repurchase Intention pada Travel Media Online Traveloka.
- Aldi Samara, & Metta Susanti. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i2.700>
- Anggraini, H. J., Sari, D. K., & Nugroho, T. T. (2024). Dapatkah E-Service Quality, E-Trust Dan E-Customer Satisfaction Berpengaruh Terhadap Repurchase Intention Pada E-Commerce Shopee? *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 337. <https://doi.org/10.35906/equili.v13i2.2006>
- Apriliani, Zahra. (2023). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Mobile Banking Terhadap E-Customer Loyalty dengan E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank BCA pada Kelurahan Warakas).
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Azzahra, Dinar Marfianti. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Price Terhadap Repurchase Intention Shopee Food melalui Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Generasi Z).
- Azhari, S. P., & Nurhadi. (2022). Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Repurchase Intention pada Situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(2), 132–138.
- Azzumar, Muhammad Fathi. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Mobile Tiket.com Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUS) yang Dikembangkan.
- Dr. Duryadi, M. S. (2021). Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik* (Vol. 7, Issue 1).
- Eldawati, Sophia, dkk (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Furniture Studi Kasus pada CV. Alzaid Furniture Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Matua*. Volume 4 (Nomor 1), 39-52.

- Fauziah, Nur Aini. (2024). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-loyalty Tiket di Aplikasi Access By KAI dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening.
- Feronika, Nining. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Ulasan Produk dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.
- Fiqri, A. F., & Octavia, A. (2022). Dampak E-Service Quality, E-Trust Dan Persepsi Resiko Terhadap Repurchase Intention Yang Dimediasi E-Satisfaction Dalam Menggunakan Aplikasi E-Commerce Dimasa Pandemic Covid-19 Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(03), 602–515. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i03.15332>
- Indriyati, I., Sitorus, M. R., & Tarina, F. (2023). Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Online Travel Agent Tiket.com. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.54324/j.mbt.v8i1.1192>
- Janah, Uzlifatul & Ariyanti, Ovi. (2024). Manajemen Pemasaran Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Pendapatan Produk UMKM Singkong Jelaku. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*. Volume 3 (Nomor 1).
- Jayaputra, R., & Kempa, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Jayaputra, R., Sesilya, D., Program, K., Management, B., Manajemen, S., Bisnis, F., & Ekonomi, D. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Customer Satisfaction Pada Peng. *Universitas Kristen Petra*, 10(1), 1–10.
- Jayaputra, Ricky & Kempa, Sesilya. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention melalui E-Customer Satisfaction pada Pengguna Shopee Food. *Agora: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Arsitektur Usakti*. Volume 10 (Nomor 1).
- Karinda, Alifia Ihza. (2021). Pengaruh Service Quality dan Corporate Image Terhadap Customer Loyalty pada Natasha Skin Clinic Center Cabang Sidoarjo.
- Kartono, Ridwan Achdiat & Halilah, Ii. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi pada Seller di Bukalapak). *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*. Volume 10 (Nomor 1).
- Khuzaifah, Hilda. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Minat Beli Ulang.
- Kurniasari, N. A., & Widayanto, W. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Lazada Mahasiswa FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 900–905. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29900>

- Kusmita, A. C., Farida, N., & Saryadi, S. (2022). PENGARUH E-TRUST DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP ONLINE REPURCHASE INTENTION MELALUI E-SATISFACTION (Pada Mahasiswa S1 FISIP yang Pernah Berbelanja di Lazada). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1307–1318. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.32135>
- Mahendra, A. R., & Mugiono. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Word of Mouth, Dan E-Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Pengguna E-Commerce. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(4), 476–486. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.4.07>
- Mardianti, Evi. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.Com.
- Milah, Irvan Saeful & Putra Hariyadi Triwahyu. (2024). Pengaruh Dimensi E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention pada Pelanggan Tokopedia di Kota Cimahi. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*. Volume 7 (Nomor 4).
- Nabawi, M., & Maulana, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan E-Service Quality terhadap Repurchase Intention Tiket Online Platform Traveloka (Survei pada Followers Instagram Traveloka.id). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 11027–11038.
- Nainggolan, Rezeky. (2019). Pengaruh Privasi, Daya Tanggap, Kemudahan Penggunaan, Keandalan, Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Pelanggan dengan Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja Online Shopee.
- Nurhayatun, Nunik & Agoestyowati, Redjeki. (2024). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention pada E-Commerce Lazada (Studi Kasus pada Pengguna Lazada di Kota Bekasi Tahun 2024). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 4 (Nomor 2)
- Nurmalia, Anisa. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Prabulingga Kota Probolinggo.
- Pontoh, N. (2016). Jurnal Administrasi Bisnis 2016 Jurnal Administrasi Bisnis 2016. *Jurnal Administrasi Bisnis 2016*, 4(4), 1–7.
- Prasetyo, A. N., & Yusran, H. L. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna E-Commerce. *Ijd-Demos*, 4(1), 137–151. <https://doi.org/10.37950/ijd.v4i1.193>
- Putri, D. M., & Susanti, A. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Online Customer Rating Dan Price Consciousness Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Shopeefood Di Kota Surakarta. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, 3(1), 23–35. <https://doi.org/10.23969/jrie.v3i1.45>

- Ramadani, Nita Astria. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction dan E-Trust Pengguna BSI Mobile (Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Kelapa Gading 2).
- Rambe, R. M. P., & Trianasari, N. (2020). Pengaruh dimensi. *E-Proceeding Management*, vol.7, 1–15.
- Rarasati, S. A., & Farida, S. N. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Di Marketplace Tokopedia. *Journal of Management & Business*, 6(1), 774–785. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3736>
- Risnawati. (2023). Pengaruh Customer Experience, Store Atmosphere, Price Fairness dan Halal Awareness Terhadap Repurchase Intention.
- Riyadi, Salsabila Annisa, dkk. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*. Volume 4 (Nomor 1)
- Safira, S. N., & Nirawati, L. (2024). The Influence of E-Servicescape, E-Trust, and E-Service Quality on Customer Satisfaction on the E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 1530–1543. <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i2.920>
- Safira, Nona Nurul. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention pada Butik Dress Gallery Sun Plaza Medan.
- Safira, Shahna Naila & Nirawati, Lia. (2024). The Influence of E-Servicescape, E-Trust, and E-Service Quality on Customer Satisfaction on the E-Commerce (Study of Shopee Users in Surabaya City). *Jurnal Manajemen Bisnis*. Volume 11 (Nomor 2), 1530-1543.
- Shofana, Lina. (2023). Pengaruh Customer Engagement, Ease of Use, E-Trust dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention pada E-Commerce Shopee.
- Syachrony, M. I., Hamdan, H., & Ilhamalimy, R. R. (2023). The Effect of E-Service Quality, Website Quality, Promotion, and E-Trust on Repurchase Intentions at E-Commerce Shopee in DKI Jakarta. *BASKARA : Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(2), 193. <https://doi.org/10.54268/baskara.v5i2.14197>
- Tunggadewi, Felien Putri. (2022). Pengaruh Promosi dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Penggunaan Gopay.
- Ulum, Faruk & Muchtar, Rinaldi. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal TEKNO KOMPAK*. Volume 12 (Nomor 2).