

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Roby Nur, and Fatmasari Endayani. "Pengaruh E-Trust dan E-Satisfaction Terhadap Meningkatnya E-Loyalty Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Kalangan Generasi Millennial." *Competen: Journal of Management Studies* 16.1 (2022): 35-49.
- Santos, Jessica, 2003, "E-service quality: a model of virtual service quality dimensions." *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 13 Issue: 3, pp.233-246.
- Akuntansi, J., Syariah, P., Quality, P. E., Terhadap, D. E., Shopee, L., Di, M. E., Pandemi, M., Rojiqin, M. K., Hadi, S. N., & Utomo, Y. T. (2022). *Jamasy: Jamasy* : 2(2020), 116.
- Alfarobi, Muammad Luthfi, and Teguh Widodo. "Pengaruh E-Trust, E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Kota Bandung" *eProceedings of Manajement* 10.2 (2023)
- Amri, Khairul, Hasdi Aimon. 2017. Pengaruh Pembentukan Modal dan Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Economac*, E-ISSN: 2549- 9807, P-ISSN: 1412-3290.
- Anwar Prabu Mangkunegara. (2002). "Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan". Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Ardiansyah dan Herry Nurdin, "Pengaruh Diskon dan Kepercayaan Knsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Online Shop Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bima)", *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, Vol.5, No.2 (2020), DOI: <http://dx.doi.org/10.30736%2F.v5i2.315>
- Donni Priansa. 2017. Manajemen Pelayanan Prima. Bandung: Alfabeta
- E-SATISFACTION (Survey at Fashion Customer of E-Commerce Shopee). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1, 161–171.
- E-SATISFACTION (Survey at Fashion Customer of E-Commerce Shopee). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1, 161–171.
- Fahrurrozi, F., Sayyidi, S., & Ali, I. (2020). Analisis Layanan Ojek Online PT. Grab Indonesia Wilayah Surabaya dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 147–157. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.139>
- Forslund, H. (2007). Measuring information quality in the order fulfilment process. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 24(5), 515–524. <https://doi.org/10.1108/02656710710748376>
- Grab (Perusahaan)." Wikipedia, 24 Oktober 2019.
- Hanera, Z. (2020). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi pada Konsumen Fashion E-Commerce Shopee). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(4), 11-11.

- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi dan Manajemen)*. Yogyakarta, Edisi Pertama, BPFE – UGM.
- Indriyati. (2020). *Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Melalui Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Aplikasi Grab The Service Quality of Online Customer Loyalty on Grab Service Users ' Customer Satisfaction*. *Jurnal*
- Jayani, D. H. (2021, June 11). (D. J. Bayu, Editor) Retrieved July 3, 2021, from databoks.katadata.co.id:
- Lestariningsih, Titin. "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online Di Banyuwangi." *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 14.3 (2021): 298-323
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *YUME : Journal of Management*, 4(1), 138–149. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.445>
- Lovelock, Christopher., Jochen, Wirtz., & Jacky, Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Malindo, Awen Asrizal. "Jalan Tak Berujung: Makna Logo Grab indonesia" *Jurnal Pewarta Indonesia* 2.2 (2020): 78-84
- Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik (JMBTL)*, 6(3), 265–274.
- Mariana, Yeni, and Jul Aidil Fadli. "Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction Terhadap E-Loyalitas Nasabah Perbankan Indonesia." *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 1.1 (2022): 186-200.
- McAlexander, James H., Stephen K. Kim, and Scott D. Roberts. "Loyalty: The influences of satisfaction and brand community integration." *Journal of marketing Theory and Practice* 11.4 (2003): 1-11.
- Melinda, M. (Melinda). (2017). Pengaruh E-service Quality Terhadap E-loyalty Pelanggan Go-jek Melalui E-satisfaction Pada Kategori Go-ride. *Agora*, 5(1), 56797. <https://www.neliti.com/id/publications/56797/>
- Musanto, Trisno. "Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan: Studi kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 6.2 (2004): 123-136.
- Ningsih, H. W., Safitri, I., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh e-Service Quality dan Kepuasan terhadap e- Loyalty (Survey pada Pengguna Gopay). *Business Management Journal*, 18(1), 51. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.3068>
- Oliver, Richard L., 1999, "Whence Consumer Loyalty", *Journal of Marketing*, Volume 63 Special Issue, pp. 33-44.
- Pasharibu, Yusepaldo, Eristia Lidia Paramita, and Stefanus Febrianto. "Price,

- service quality and trust on online transportation towards customer satisfaction." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 21.2 (2018): 241-266
- Pradnyaswari, Ni Putu Indah, and Ni Made Asti Aksari. *e-Satisfaction dan e-trust berperan dalam memediasi pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty pada situs e-commerce blibli. com*. Diss. Udayana University, 2020.
- Pramuditha, Rufina, Syarifah Hidayah, and Hering Indriastuti. "Pengaruh Service Quality, E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Konsumen." *Sketsa Bisnis* 8.2 (2021): 123-134.
- Priadana, Moh. "Sidik dan Saludin Muis." *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (2009).
- 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>
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Compp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(19), 70–90.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Raya, J., & Artikel, R. (2022). *Jurnal Multidisiplin Indonesia. Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1(3), 412–420. <https://jmi.rivierapublishing.id/>
- Rintasari, Dias, and Naili Farida. "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 Ilmu Administrasi Bisnis* 9.4 (2020): 539-547.
- Rojiqin, Muhammad Khoirul, Sugeng Nugroho Hadi, and Yuana Tri Utomo. "Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Syariah." *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah* 2.4 (2022): 1-16.
- Santoso, Agus, and Atik Aprianingsih. "The influence of perceived service and e-service quality to repurchase intention the mediating role of customer satisfaction case study: Go-Ride in Java." *Journal of Business and Management* 6.1 (2017): 32-43.
- Sari, E. I. (n.d.). *TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi pada Konsumen Grabfood di Kota Lamongan)*.
SATISFACTION (Studi pada Konsumen Fashion E-Commerce Shopee)
THE EFFECT OF E-TRUST, E-SERVICE QUALITY ON E-LOYALTY
THROUGH

SATISFACTION (Studi pada Konsumen Fashion E-Commerce Shopee) THE EFFECT OF E-TRUST, E-SERVICE QUALITY ON E-LOYALTY THROUGH

- Sativa, A., Astuti, R. T., & Manajemen, J. (2016). Analisis Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Shankar, Amit, and Charles Jebarajakirthy. "The influence of e-banking service quality on customer loyalty: A moderated mediation approach." *International Journal of Bank Marketing* 37.5 (2019): 1119-1142.
- Subianto, Totok. "Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 3.3 (2007): 165-182.
- Sugiyono.(2009). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sutisna, (2001), Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Cetakan Pertama, PT.Remaja Rosda Karya,Bandung.
- Tjiptono, V. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Abadi Plastik* (Doctoral dissertation, Universitas Ciputra Surabaya).
- Yuriski, Y. W., Kuntadi, C., Perbanas Institute Jurusan Akuntansi, P., Bhayangkara, U.,