

## DAFTAR PUSTAKA

- Andreson, R.E., & Srinivasan, S.S. (2003). E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework. *Psychology & Marketing*, Vol. 20 No. 2, 123-138
- Aprelita, Anissa. (2020). Pengaruh Perceived Value dan E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (studi Pada Pengguna Fitur G0-Food di Kecamatan Kebumen). Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan). Kebumen: Universitas Putra Bangsa
- Arofah, A. N. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Perceived Ease of Use, Perceived Value, dan Trust Terhadap Online Repurchase Intention Pada Konsumen Shopee Indonesia. Surakarta: UIN Raden Mas Said
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- APJII. (2023). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- APJII. (2018). *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Azwar, Saifuddin. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bella Sakti, D., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Pada E-Commerce Shopee (Studi pada Konsumen Generasi Z di Universitas Diponegoro, Semarang ). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 276–283.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Bressolles, G. & Durrieu, F. (2011). Service quality, customer value and satisfaction relationship revisited for online wine websites. In 6th AWBR International Conference. France.
- Chen, Q., Rodgers, S., & He, Y. (2008). A Critical Review of the E-Satisfaction Literature. *American Behavioral Scientist*, 52(1), 38-59.
- Chou, S., Chen, C.-W., & Lin, J.-Y. (2015). Female daring shoppers: Examining the mediating roles of e-satisfaction and e-trust on e-loyalty development. *InternetResearch*.
- Ghozali, Imam. (2011). *Apilkasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 6. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. (2013). *Apilkasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 21. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Apilkasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Apilkasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gounaris, Spiros, D. (2010). An Examination of the Effects of Service Quality and Satisfaction on Customers' Behavioral Intentions in E-Shopping. *Journal of Services Marketing*, 24(2), 142–156.
- Griffin, Jill. (2010). *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayah, F. E. & Suryadi, N. (2021). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* Melalui *E-Satisfaction* Pada Pengguna *E-Commerce* Tokopedia. Malang: Universitas Brawijaya.
- Hadi, Sutrisno. (2004). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS Academic Publishing Service.
- 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.
- Iprice, Group. (2022). Peta E-Commerce IndonesiaI. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2018). Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty (Studi pada Seller di Bukalapak). *Polban IRWNS*, 1(1), 1204–1213.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). NY: Person Education Limited.
- Kurt, Sumeyra & Banu Atrek. (2012). The Classification and Importance Of E-S-Qual Quality Attributes: an Evaluation of Online Shoppers. *Managing Service Quality*, Vol. 22 No. 6, 2012. hal: 622-637.
- Ladhari, R. (2010). Developing e-service quality scale: A Literature Review.

*Journal of Retailing and Customer Services*, 17, 464–467.

- Lapieree, Jozee. (2000). Customer Perceived Value in Industrial Contexts. *Journal of Business and Industrial Marketing* Vol. 15.
- Lovelock, Christopher., Jochen, Wirtz., & Jack, Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa-Perspektif Indonesia*. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.
- Maulita, Nadya. (2023). *Pengaruh Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Shopee di Kota Semarang)*. Skripsi Sarjana (Dipublikasikan). Semarang: Fakultas Ekonomi UNNISULA
- Mc. Dougall, Grdn H.G dan Terrace J. Levesque. (2000). Customer Satisfaction with Service: Putting Perceived Value into the Equation. *Journal of Service Marketing* Vol 14.
- Moliner, M. A., Sánchez, J., Rodríguez, R. M., & Callarisa, L. (2007). Perceived Relationship Quality and Post-Purchase Perceived Value: An Integrative Framework. *In European Journal of Marketing* (Vol. 41, Issues 11–12). <https://doi.org/10.1108/03090560710821233>
- Muniarty, P., Wulandari, W., & Saputri, D. 2022. Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Pada Marketplace Shopee. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(2), 1. <https://doi.org/10.35906/equili.v11i2.1097>
- Muthi'atussa'adah. (2022). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Yang Dimediasi oleh E-Satisfaction (Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Kebumen Sebagai Media Berbelanja Secara Online). Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan). Kebumen: Universitas Putra Bangsa
- Nasution, N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Ghalia Indonesia.
- Oliver, Richard L., (1999), “Whence Consumer Loyalty”, *Journal of Marketing*., Volume 63 Special Issue, pp.33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Malhotra, A. 2005. E-SQUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, Volume 7.
- Pohan, F. S., Ekonomi, F., Trilogi, U., & Aplikasi, S. (2019). Kualitas situs web, kepercayaan, dan loyalitas konsumen Tokopedia. 2(1), 13-22.
- Ramadhana, Dhika Prasetya. (2019). *Pengaruh E-Service Quality dan E-trust*

*terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce Shopee).* Skripsi Sarjana (Dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UNY.

Rasyid, Harun Al.(2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek.* Jurnal Ecodemica. Volume 1 Nomor 2.

Romadhoni, N.P. (2023). *Pengaruh E-Perceived bvalue, E-Service Quality dan E-Received Risk terhadap E-Loyalty dengan E-Relationship Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Pengguna MOBILE Banking Syariah di Kota Malang).* Skripsi Sarjana (Dipublikasikan). Malang: UIN Malang

Sarwono, J. (2007). *Teori Dan Praktik Riset Pemasaran Dengan SPSS.* Yogyakarta: Andi

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>

Simamora, Henry. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Yogyakarta: STIE YKPN.

Singh, D. A. P., & Thakur, S. (2012). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and loyalty: In The Context of Retail Outlets in DB Cit Shopping Mall Bhopal. *International Journal of Management Research and Review*, 2(2). 334-344.

Siregar, N. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasar Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Toko Abang-Adik. 4(2), 363–376.

Slovin, Husein Umar. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Cetakan Ketiga. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Srinivasan, S. S. (2003). “E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework” *Psychology & Marketing*, Vol20, No.2, 123-138.

Sugeng, Bambang. (2020). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif).* Yogyakarta: Budi Utama.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhari, Y. (2003). *Meningkatkan E-Loyalitas (Model dan Kerangka Kerja KOnseptual)*. 8(1), 89-100.
- Sumarwan, Ujang. (2010). *Perilaku Konsumen*. Alfa Beta: Bandung.
- Sweeney, G. N. S. 2007. Customer perceived value: The development of a multiple item scale in hospitals. *Problems and Perspectives in Management*, 5(3), 252-268.
- Tan, H., & Brahmana, R. K. M. R. (2019). Pengaruh Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *Agora*, 7(1), 1–7.
- Tjiptono, Fandy, Ph.D. (2014). *“Pemasaran Jasa”* Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Strategik (2nd ed.)*. Andi Offset.
- Yildirim, S., Candan, B., & Seda, Y. (2013). Investigating the Relationship Between Consumption Values and Personal Values of Green Product Buyers. In *International Journal of Economics and Management Sciences* (Vol. 2, Issue 12). [www.managementjournals.org](http://www.managementjournals.org)
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. and, & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, (5th edition).
- Zeithaml, Valerie A., Bitner, Mary Jo and Dwayne D. Gremler. (2013). *Services Marketing. Integrating Customer Focus across the Firm*, 6th Edition, New York: McGraw-HillIrwin.
- Zia, A. (2014). Impact of Shopping Experience on Consumer Loyalty: an Empirical Study of Organized Retailers. *SOSIOHUMANIKA: Jurnal Pendidikan Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 7(1), 137-144.
- <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023> (Diakses pada 7 Oktober 2023)
- <https://binus.ac.id/bandung/2019/08/perilaku-belanja-online-di-indonesia/> (Diakses pada 7 Oktober 2023)
- <https://teknologi.id/teknosejarah-awal-berdirinya-marketplace-tokopedia-shopee-bukalapak-lazada-blibli> (Diakses pada 10 Oktober 2023)
- <https://goodstats.id/infographic/daftar-e-commerce-dengan-nilai-transaksi-terbesar-di-indonesia-M20kO> (Diakses pada 10 Oktober 2023)