

DAFTAR PUSTAKA

- Aguinis, H., & Gottfredson, R. K. (2010). Best-practice recommendations for estimating interrater reliability in organizational research. *Organizational Research Methods*, 13(4), 627–645.
- Agustina, S., & Safitri, N. (2025). Pengaruh e-service quality dan persepsi kemudahan terhadap kepuasan pengguna e-wallet Dana. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 150–165.
- Alalwan, A. A. (2020). Mobile banking adoption: Integrating perceived risk and TAM. *International Journal of Information Management*, 50, 1-9.
- Alraimi, K. M. (2021). *Reaksi emosional pengguna platform digital*. Journal of Information Systems, 15(2), 45-60.
- Aprilia, R., & Sukri, M. (2025). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pengguna platform e-commerce. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 45–58.
- Arfah, S. (2022). *Keputusan pengguna layanan digital*. Jurnal Manajemen, 10(1), 20-35.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Asikin, N., & Alam, S. (2024). Analisis e-service quality dan perceived ease of use dalam menciptakan kepuasan pengguna aplikasi belanja online. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial*, 8(2), 112–125.
- Aulia, R., Arum, S., & Hardiyansyah. (2023). The influence of ease of use, trust and e-service quality on repurchase intention with e-satisfaction as an intervening variable. *ICCD*, 6(1), 100-115.
- Azmi, F., & Sudaryana, A. (2021). Pengaruh kemudahan penggunaan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian online pada marketplace Shopee. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 201–214.
- Caswito, A. (2024). *Faktor keputusan pengguna e-commerce*. Jurnal Bisnis Digital, 12(3), 78-92.
- Chiu, C. M., Wang, E. T. G., & Huang, H. Y. (2021). *Penilaian pengalaman penggunaan aplikasi*. Journal of Electronic Commerce Research, 22(4), 300-320.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. (Dikutip dalam Mawardani & Dwijayanti, 2021).

- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2020). *Information systems success: The quest for the dependent variable*. *Journal of Management Information Systems*, 37(1), 1-25.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2021). *Faktor kepuasan pelanggan sistem*. *MIS Quarterly Executive*, 20(2), 150-170.
- Echdar, O. (2017). *Metodologi penelitian*. Penerbit Universitas Hasanuddin.
- Farida, M. (2021). Keputusan pembelian konsumen di era digital. *Jurnal Manajemen Konsumen*, 9(2), 30-45.
- Firmansyah, A. (2020). Marketplace sebagai perantara penjual-pembeli digital. *Jurnal E-Commerce Indonesia*, 8(2), 50-65.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hameed, I. (2022). Behavioral intention in mobile learning adoption. *Journal of Educational Technology*, 18(4), 200-215.
- Handayanti, N (2024). Pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty pada Shopee. *Cakrawangsa Bisnis*, 4(1), 30-45.
- Husein Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Rajawali Pers.
- Indriani, J. (2024). The influence of service quality and ease of use on customer satisfaction using the ShopeePay digital wallet. *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, 4(1), 1-10.
- Jogiyanto, H. (2024). *Sistem informasi manajemen: Pendekatan TAM*. BPFE-Yogyakarta.
- Kartika, S., & Sukmono, R. (2024). Keputusan pengguna multi-dimensi di e-commerce. *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(1), 40-55.
- Kau, M. A., dkk. (2023). Dimensi e-service quality dan dampaknya terhadap keputusan konsumen melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 4(3), 315-330.
- Kim, D., Ferrin, D., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce. *Decision Support Systems*, 44(2), 544-564.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Mawardani, D., & Dwijayanti, S. (2021). Indikator kemudahan penggunaan berdasarkan TAM Davis. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 9(3), 80-95.
- Ningsih, S. R., & Sutedjo, A. (2024). Peran customer satisfaction dalam membangun loyalitas dan keputusan penggunaan ulang platform e-commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 89–102.
- Oematan, Rahayu, & Dyah. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat penggunaan dengan kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi*, 2024, 60-75.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: *A multiple-item scale for assessing electronic service quality*. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2023). *Service quality delivery through web sites*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362-375.
- Putri, A. R., & Nugroho, S. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 120–131.
- Ramadhani, A. P., & Nasir, M. (2024). Pengaruh kemudahan penggunaan teknologi terhadap keputusan penggunaan dompet digital pada generasi muda. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 28(2), 143–155.
- Ramadhan, M. R., & Susanti, F. (2020). Pengaruh perceived ease of use terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna marketplace. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 45–55.
- Statista. (2024). *Number of e-commerce users in Indonesia*. Statista Market Insights.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundari, T., dkk. (2025). Menguji kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi antara kualitas layanan digital dengan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 17(1), 76–89.

- Tjiptono, F. (2010). *Strategi pemasaran* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Service management: Mewujudkan layanan prima*. Andi Offset.
- Top Brand Award. (2025). *Top Brand Index kategori marketplace*. Top Brand Award Indonesia.
- Utami, R. (2024). Faktor-faktor mempengaruhi e-service quality marketplace. *Jurnal Manajemen Digital*, 5(1), 20-35.
- Venia, R., & Sari, D. (2021). Karakter Generasi Z: Hedonis dan konsumtif digital. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 13(2), 55-70.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Widayanti, R., dkk. (2023). Analisis pengaruh e-service quality Shopee terhadap kepuasan pelanggan: Perspektif pengguna e-commerce. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 20(2), 105–118.
- Wirapraja, A., & Ariwibowo, B. (2018). E-commerce sebagai penggerak ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi Digital*, 7(1), 25-40.
- Wolfenbarger, M., & Gilly, M. C. (2003). eTailQ: Dimensionalizing, measuring and predicting etail quality. *Journal of Retailing*, 79(3), 183-198.
- Wufron, W., dkk. (2025). Kontribusi perceived ease of use terhadap kepuasan dan keputusan penggunaan layanan berbasis teknologi digital pada generasi Z. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Pemasaran*, 7(1), 22–35.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362-375.