

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhiim, D. M., & Pradana, M. (2021). Pengaruh E-service Quality Terhadap E-customer Loyalty Pada Aplikasi Ovo Melalui E-customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Arifianto, E. Y., & Coiri, M. (2018). Pemanfaatan e-Commerce dalam pebelajaran manajemen usaha kecil Dan menengah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 77-85.
- Armaniah, H., & Nikmah, W. (2023). Pengaruh E-Services Quality Terhadap E-Loyalty Yang Dimediasi Oleh Variabel E-Satisfaction Pada Pengguna Ojek Online Go-jek di Jabodetabek. *Jurnal Portofolio: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1-10.
- Ahdiat, Adi. (2022, 8 September). Banyak Konsumen Lebih Pilih E-commerce untuk Belanja Fashion. *Databoks*. Diakses pada 12 Juli 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/banyak-konsumen-lebih-pilih-e-commerce-untuk-belanja-fashion>
- 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.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Gani, A. G. (2018). Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya. *JSI (Jurnal Sistem Informasi) Universitas Suryadarma*, 2(2).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hamdallah, A., & Aulia, P. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty Pada Pengguna Aplikasi myIndihome. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 154-166.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural equation modeling (SEM) berbasis varian: Konsep dasar dan aplikasi dengan program SmartPLS 3.2*. 8 dalam riset bisnis. PT Inkubator Penulis Indonesia.

- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan. unitomo press.
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Bandung: PT Revika Aditama.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal manajemen*, 13(1), 55-62.
- Jr., J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (Eight Edi)*. Cengage Learning.
- Kolo, S. M., & Darma, G. S. (2020). Faktor-Faktor Terpenting Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Jaringan 4G di Denpasar. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 57-74.
- Kurniawati, A. D. (2019). Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Islam. *El Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 2(1), 90-113.
- Khan, M. A., Zubair, S. S., & Malik, M. (2019). An assessment of e-service quality, e-satisfaction and e-loyalty: Case of online shopping in Pakistan. *South Asian Journal of Business Studies*, 8(3), 283-302
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin. (2021). *Marketing Management*, 16th Edition. Pearson
- Kem, S. (2023). Digital 2023: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Makarim, A. F. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Studi Pada Konsumen Milenial Pengguna E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1).
- Mauludin, M. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123.
- Mutiah, Dinny. (2021, 16 September). Uniqlo Resmi Luncurkan Laman Belanja Online di Indonesia, Apa Kelebihannya. *Liputan6*. Diakses pada 12 april 2023, dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4659455/uniqlo-resmi-luncurkan-laman-belanja-online-di-indonesia-apa-kelebihannya>

- Nasution, H., Fauzi, A., & Rini, E. S. (2019). The effect of e-service quality on e-loyalty through e-satisfaction on students of Ovo application users at the Faculty of Economics and Business, University of North Sumatra, Indonesia. *European Journal of Management and Marketing Studies*.
- Nurhalim, A. D. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Tangerang. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 51-59.
- 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).
- Pramuditha, R., Hudayah, S., & Indriastuti, H. (2021). Pengaruh Service Quality, E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Konsumen. *Sketsa Bisnis*, 8(2), 123-134.
- Purwati, M., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce Bukalapak). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 310-320.
- Putri, F. R., & Indriani, F. (2022). The Effect of E-Service Quality and Brand Image on E-Loyalty through Brand Trust and E-Satisfaction as Intervening Variables. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 9596-9604.
- Puranda, N. R., Ariyanti, M., & Ghina, A. (2022). The Effect of E-Service Quality on E-Loyalty with E-Satisfaction as an Intervening for GoFood Application Users. *Italienisch*, 12(1), 218-226.
- Pradnyaswari, N. P. I., & Aksari, N. M. A. (2020). e-Satisfaction dan e-trust berperan dalam memediasi pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty pada situs e-commerce blibli.com. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2683.
- Priyatno, Duwi. (2017). Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.
- Rintasari, D., & Farida, N. (2020). 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), 539-547.

- Rizaty, Ayu Monavia. (2022). Industri Tekstil Kembali Melesat 13,74% pada Kuartal II 2022. Data Indonesia.id. Diakses pada 12 April 2023, dari <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-tekstil-kembali-melesat-1374-pada-kuartal-ii2022>
- Rosalinda, R., & Sinambela, F. A. (2023). Pengaruh Dimensi Online Service Quality Terhadap Online Loyalty Melalui Mediasi Online Satisfaction Pada Pengguna E-Commerce C2C di Kota Batam. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 7(1), 1-22.
- Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M. A., & Dahri, A. S. (2020). Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified e-SERVQUAL model. *The TQM Journal*, 32(6), 1443-1466.
- Ratama, N., & Mulyati, S. (2022). Sosialisasi penggunaan ecommerce dalam perkembangan bisnis di era digital. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(1), 6-12.
- Sihotang, F. P., & Oktarina, R. (2022). Penggunaan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) dalam Menganalisis Pengaruh Sistem E-Service terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 3(1), 1-12.
- Sasono, I., Jubaedi, A. D., Novitasari, D., Wiyono, N., Riyanto, R., Oktabrianto, O., ... & Waruwu, H. (2021). The impact of e-service quality and satisfaction on customer loyalty: Empirical evidence from internet banking users in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 465-473.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Edisi 2). Bandung : Alfabeta.
- Santoso, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS*, Edisi I. Yogyakarta: Andi.
- Saragih, M. G. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan): Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan). *Jurnal Mantik*, 3(1), 190-195.
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. *Jurnal Manajemen Unpad*, 4(4), 1–20.

- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-service quality terhadap E-satisfaction Pada Pengguna di Situs Tokopedia. *Agora*, 6(1).
- Ustman, Eliza. (2020). 6 Fakta Menarik Uniqlo: Brand Fashion Legendaris dari Jepang. *IDN Times*. Diakses pada 20 Juni 2023, dari <https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/eliza/6-fakta-menarik-uniqlo-brand-fashion-legendaris-dari-jepang-c1c2-1?page=all>
- Veloso, C. M., Magueta, D., Sousa, B. B., & Carvalho, J. L. (2020). Measuring E-service quality, satisfaction and loyalty of customer in the online channel of the modern retail. *Ibima Business Review*, 2020, 1-15.