

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Al-dweeri, R. M., Ruiz Moreno, A., Montes, F. J. L., Obeidat, Z. M., & Al-dwairi, K. M. (2019). The effect of e-service quality on Jordanian student's e-loyalty: an empirical study in online retailing. *Industrial Management and Data Systems*, 119(4), 902–923. <https://doi.org/10.1108/IMDS-12-2017-0598>
- Ambaryanti, Z. A. T. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Satisfaction dan Dampaknya pada E-Repurchase Intention Pengguna Halodoc. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Amini, M., & Akbari, H. (2014). Online) An Open Access. In *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences* (Vol. 4, Issue S4). www.cibtech.org/sp.ed/jls/2014/04/jls.htm
- Amira, A., & Syahputra. (2020). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Aplikasi Shopee*.
- Anhar, E. F., & Sunaryo. (2018). Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Maskapai Penerbangan Citilink (Studi Pada Mahasiswa/I S1 Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Annisa Riyadi, S., Suhud, U., & Usman, O. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1).
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Daboks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Aprielianty, R. T., & Sudradjat, R. H. (2023). *Pengaruh Online Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan ERHA DERMATOLOGY*. 5(2).
- Aviat. (2024). *Kepuasan Masyarakat Terhadap Layanan Kesehatan Digital*. Aviat. <https://aviat.id/kepuasan-masyarakat-terhadap-layanan-kesehatan-digital/>
- Berliana, M., & Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK*

- (*Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*), 4(2), 11.
<https://doi.org/10.33395/remik.v4i2.10532>
- Bosnia, T., & Sudharta, J. (2020). *Pandemi, Layanan Rapid Test Halodoc Capai 100 Ribu Pengguna*. CNBC Indonesia.
- Chandra, S., Rizan, M., & Aditya, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3).
- Chang, A. Y. P. (2017). A study on the effects of Sales Promotion on consumer involvement and purchase intention in Tourism industry. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(12), 8323–8330.
<https://doi.org/10.12973/ejmste/77903>
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage* (11th ed.). McGraw Hill.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods For Business Research*.
<https://www.researchgate.net/publication/311766005>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Daryanti, P., & Shihab, M. S. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Konsep E-Servqual (Studi Kasus Pelanggan Shopee). *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(3).
<https://doi.org/10.36782/jemi.v2i3.1915>
- Dharmawan, C. T., & Jaolis, F. (2021). Pengaruh Sales Promotion, Perceived Quality, dan After Sales Service Terhadap Repurchase Intention : Studi Kasus Toko Morojoyo Toys. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1).
- Fadillah, A., & Fatihudin. (2019). Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan). *Deepublish*.
- Faizi, N., & Febrilia, I. (2022). *Analisis Pengaruh Customer Experience dan E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada Pengguna Transportasi Online di Jakarta* (Vol. 3, Issue 2).
- Fatimarahma, S. (2023). *Grup Astra (ASII) Investasi Rp2 Triliun di Halodoc*. *Bisnis.Com*. <https://market.bisnis.com/read/20230728/192/1679238/grup-astra->

- asii-investasi-rp2-triliun-di-halodoc#:~:text=Pada%20tahun%202022%2C%20lebih%20dari,bulanan%20terhubung%20dengan%20platform%20Halodoc.
- Fauzi, A. N. (2021). *Startup Kesehatan*. Telexindo. <https://telexindo.com/celoteh-pagi-startup-kesehatan/#:~:text=Berdasarkan%20Katadata.id%2C%20tahun%202021,transaksi%20melonjak%2016%20kali%20lipat>.
- Febriana, A., Trianita, M., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2022). *Pengaruh E-Service quality dan Sales Promotion terhadap Repurchase Intention pada Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Padang*.
- Fiona, D. R. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26434>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi ke-9* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Partial Least Squares Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Undip.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.).
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). Rethinking some of the rethinking of partial least squares. *European Journal of Marketing*.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. *Handbook of Market Research*, 1–47. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. S. (2017). *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*.
- Hamid, R., & Anwar, S. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).

- Hasibuan, L. (2020). *Gegara Corona, Bisnis Halodoc Tumbuh 600% dalam Dua Bulan*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200608153553-37-163900/gegara-corona-bisnis-halodoc-tumbuh-600-dalam-dua-bulan>
- Hawkins, D., & Mothersbaugh, D. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th ed.). McGraw-Hill Irwin.
- Herawati, N. (2021). Proses Komunikasi Promosi Sales Promotion Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang*.
- Hidayatullah, S., Waris, A., Chris Devianti, R., Ratna Sari, S., Ardi Wibowo, I., & Made, P. P. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 6(2).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kang, H. (2021). Sample size determination and power analysis using the G*Power software. In *Journal of Educational Evaluation for Health Professions* (Vol. 18). Korea Health Personnel Licensing Examination Institute. <https://doi.org/10.3352/JEEHP.2021.18.17>
- Kassim et al. (2014). Mediating effect of customer satisfaction on perceived product quality, perceived value, and their relation to brand loyalty. *International Journal of Research in Management & Business Studies*, 13–18.
- Koru. (2024). *The DNA of Digital Health: 10 Unignorable Statistics for Visionary Product Leaders*. Koruux. <https://www.koruux.com/blog/digital-healthcare-statistics-product-leaders>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing, 17th Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kresna, N., & Suryawardani, B. (2020). *Pengaruh Sales Promotion dan DIdirect Marketing Terhadap Customer Satisfaction PT Clodeo Indonesia Jaya Tahun 2020*.

- Kurniawan Ho, P., & Sugiharto, D. S. (2017). Analisa Pengaruh Service Quality terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Celebrity Fitness Center Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(2).
- Maharani, M. D. (2023). *Peran Teknologi Komunikasi dan Informasi dalam Kehidupan Manusia*. Fakultas Teknologi Maju Dan Multidisiplin Unair.
- Maulany, R. F., Dianingati, R. S., & Annisaa, E. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Akses Kesehatan Factors Affecting Health Access. *Indonesian Journal of Pharmacy and Natural Product*, 4(2). <http://jurnal.unw.ac.id/index.php/ijpnp>
- Meilatinova, N. (2021). Social commerce: Factors affecting customer repurchase and word-of-mouth intentions. *International Journal of Information Management*, 57. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102300>
- Mendoza, E. C. (2021). A Study of Online Customer Repurchase Intention Using The 4RS of Marketing Framework. *International Review of Management and Marketing*, 11(2), 1–10. <https://doi.org/10.32479/irmm.11009>
- Mentari, G. B., & Susilawati, S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Akses Pelayanan Kesehatan di Indonesia. *Jurnal Health Sains*, 3(6), 767–773. <https://doi.org/10.46799/jhs.v4i06.512>
- Nathanael K, A., & Dwi Susanti, E. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna pada Aplikasi Halodoc di Masa Pandemi. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1663–1673. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1876>
- Ningsih, H. R., & Cahya, S. B. (2022). Pengaruh Sales Promotion dan Online Customer Experiences Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif FEB UNESA). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10.
- Priharto, S. (2020). *Indikator Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Jenis, dan Fungsinya Bagi Bisnis*. Accurate. <https://accurate.id/marketingmanajemen/indikator-kepuasan-pelanggan/>
- Pura, F. K. C., & Farida, N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Promosi Penjualan Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Alfa Cell di Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(2), 1121.

- Pusparisa, Y. (2020). *Persebaran Penggunaan Aplikasi Kesehatan Global*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/13/indonesia-peringkat-ke-3-global-memanfaatkan-aplikasi-kesehatan>
- Putri, C. A., Syah Yahya, E., & Kania, R. (2021). Sikap dan Niat Perilaku Generasi Milenial dalam Adopsi Platform Telemedicine untyk Layanan Konsultasi Kesehatan Mental. *Prosiding The 12 Th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 4–5.
- Putu, N., Suandana, W., Rahyuda, K., Nyoman, N., & Yasa, K. (2016). *Pengaruh Pengalaman Membeli Produk Fashion Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan*.
- Rahmalia, P., & Chan, S. (2019). Pengaruh Service Quality dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction yang Dimediasi Oleh Perceived Value pada Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi* , 10, 66–76.
- Rainer, P. (2023). *5 Aplikasi Kesehatan Terbaik Indonesia 2023*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/pierrerainer/5-aplikasi-kesehatan-terbaik-indonesia-2023-mmwRx>
- Rashad Yazdanifard, A., Ai Jean α , W., & Yazdanifard σ , R. (2015). *The Review of How Sales Promotion Change the Consumer's Perception and Their Purchasing Behavior of a Product*. <https://www.researchgate.net/publication/279205393>
- Rokhim, A., Lukiana, N., Sulistyan, R. B., Widya, S., & Lumajang, G. (2019). *Pengaruh Advertising, Sales Promotions, dan Public Relations Terhadap Keputusan Menabung di PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang*. 2. <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>
- Rostanti, Q. (2023). *11 Isu Kesehatan Jadi Sorotan pada 2023, Pakar: Karantina Tetap Perlu*. Republik. <https://ameera.republika.co.id/berita/rpcijs425/11-isu-kesehatan-jadi-sorotan-pada-2023-pakar-karantina-tetap-perlu>
- Saragih, M. G. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee di Kota Medan). *Jurnal Mantik*, 3(1).
- Sauw, O., & Mointi, R. (2023). Customer Experience dan Customer Satisfaction terhadap Repurchase Intention Produk Online. *YUME : Journal of Management*, 6(1), 260–268. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.323>

- Savila, I. D., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The role of multichannel integration, trust and offline-to-online customer loyalty towards repurchase intention: An empirical study in online-to-offline (O2O) e-commerce. *Procedia Computer Science*, *161*, 859–866. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.193>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons Inc.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods For Business : A Skill Building Approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Segalingging, A. S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Perilaku Konsumen (Studi pada bisnis asuransi kerugian di Yogyakarta). *E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Sinambela, L., & Sinambela, S. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif - Teori Dan Praktik*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi Kedua)*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Barupress.
- Sukardi. (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan : Kompetensi dan Praktiknya* (14th ed.). Bumi Aksara.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Andi Offset.
- Suryaningsih, I. B., Farida, L., Revanica, O., & Kusuma, A. A. (2019). The Effect Of Coupon Sales Promotion, Online Customer Review And Perceived Enjoyment On Repurchase Intention In e-Commerce Shopee. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*, *8*, 8. www.ijstr.org
- Susilo, D. (2020). Unlocking The Secret of E-Loyalty: A Study from Tiktok Users in China. *International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship*, *3*(1), 37–49. <https://doi.org/10.23960/ijebe.v3i1.73>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. Andi.

- Tobagus, A. (2018). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction pada Pengguna Di Situs Tokopedia* (Vol. 6, Issue 1).
- Tobing, C. (2022). *Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Pada Aplikasi GO-JEK*.
- Trenggonowati, D. L. (2018). Analisis Faktor Optimalisasi Golden Age Anaka Usia Dini Studi Kasus Kota Cilegon. *Journal Industrial Servicess*, 4(1).
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2020). Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and e-satisfaction. *Marketing Intelligence & Planning*, 38(4).
[https://doi.org/https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0072](https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0072)
- Utomo, A. R. (2020). Ppengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Brand Engagement Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Produk Outdoor Gear Eiger Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(1).
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2021). *Metodologi Penelitian, Penentuan Metode dengan Pendekatan Partial Least Square (PLS) Structural Equation Modelling (SEM)*. PT. Refika Adytama.
- Wirapraja, A., Aribowo, H., & Setyoadi, E. T. (2021). Setyoadi (The Influence of E-Service Quality, and Customer Satisfaction On Go-Send Customer Loyalty In Surabaya). In *Indonesian Journal of Information Systems (IJIS)* (Vol. 3, Issue 2).
- Wiryana, N. Y., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Bisnis E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(5), 217223.
[https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i5.9231](https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i5.9231)
- Wu, P. C. S., & Wang, Y. (2011). The influences of electronic word-of-mouth message appeal and message source credibility on brand attitude. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(4), 448–472.
<https://doi.org/10.1108/13555851111165020>
- Yasin, R. A. (2020). Pengaruh Advertising, Sales Promotion, dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha MA Bruschetta. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(5).

- Zaid, S. (2020). The Role of Familiarity in Increasing Repurchase Intentions in Online Shopping. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1).
<https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.2132>
- Zeithaml, V. A. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman. (2019). *SERVQUAL: A multiple-Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality*.
<https://www.researchgate.net/publication/225083802>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services marketing: integrating customer focus across the firm* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. Jo. (2002). *Services marketing*. The McGraw-Hill Companies.