

DAFTAR PUSTAKA

- Ain, N., Safitri, D. N., & Hendra, J. (2024). Pemasaran Digital dan E-Commerce di Era Globalisasi: Tren, Inovasi, dan Dampaknya pada Bisnis Global. *Journal of Education Transportation and Business*, 1(2), 753-763.
- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>
- Ambaryanti, Z. A. T. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Satisfaction dan Dampaknya pada E-Repurchase Intention Pengguna Halodoc.
- Anabila, P., Ameyibor, L., Allan, M. M., & Alomenu, C. (2021). Service Quality and Customer Loyalty in Ghana's Hotel Industry: The Mediation Effects of Satisfaction and Delight. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-24.
- APJII. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesiatembus-221-juta-orang>
- Ardani, M., & Subarjo, S. (2025). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Pengguna E-Wallet Dana di Yogyakarta. *Journal of Humanities Education Management Accounting and Transportation*, 2(1), 152-163.
- Astuti, I. I., Sulisman, A. N., & Tarigan, S. R. D. B. (2023). Eksplorasi E-Governance: Menjawab Tantangan Implementasi E-Commerce Era VUCA di Indonesia. *PUBLICNESS Journal of Public Administration Studies*, 2(4), 431–439. <https://doi.org/10.24036/publicness.v2i4.163>
- Barkah Barkah, M. E. N. (2021). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, dan E-WOM Terhadap ESatisfaction Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Pontianak. In *Proceeding Seminar Bisnis Seri V* (pp. 269-277).

- Batti, V. M. J., & Rachmawati, I. (2025). The Effect Of User Experience And E-Service Quality On Shopee User Satisfaction In Indonesia. *eProceedings of Management*, 12(3).
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal ilmiah infokam*, 15(2).
- Dewi, N. P. K., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Trust dan E-Customer Satisfaction Pada E-Customer Loyalty dari Penggunaan E-Wallet OVO.
- Effendi, R., Musnaini, M., & Suyoto, Y. T. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(4), 162-171.
- Fajar, A. R. (2023). STRATEGI PENGGUNAAN E-SERVICE BERBASIS APLIKASI DI TINGKAT PEMERINTAH LOKAL MELALUI PARADIGMA NILAI PUBLIK: STUDI KASUS APLIKASI JAKARTA KINI (JAKI) DKI JAKARTA. *JOURNAL OF GOVERNMENT (Kajian Manajemen Pemerintahan dan Otonomi Daerah)*, 9(1), 53-69.
- Firdaus, R. A. (2024). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). Partial Least Square Konsep, Teknik 80 Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris.
- Gosal, G. B. R., & Bernarto, I. (2021). Pengaruh E-security, E-service Quality terhadap E-satisfaction dan Pengaruh E-satisfaction, E-security, dan E-service Quality terhadap E-repurchase Intention Secara Langsung pada Pengguna E-commerce Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 93-103.
- Handayanti, D. N., & Indarto, M. R. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Intervening Pada Pengguna E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 93.

- Jameel, A. S., Hamdi, S. S., Karem, M. A., Raewf, M. B., & Ahmad, A. R. (2021, February). E-Satisfaction based on E-service Quality among university students. In *Journal of physics: Conference series* (Vol. 1804, No. 1, p. 012039). IOP Publishing.
- Japlani, A., Septiana, N., & Pertiwi, N. C. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas E-Commerce, Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Melalui Situs Belanja Online Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Angkatan 19 UM Metro). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 3(3), 602-610.
- Kamila, N. E. R., Andini, N. a. I. X., & Azzahra, N. T. (2025). Transformasi Digital dan Pertumbuhan E-Commerce: Dampak, Peluang, dan Tantangan di Era Modern. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 3(2), 141–145. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3810>
- Kuska, D. A. R., Wijayanto, H., & Santoso, A. (2024). Improving the e-satisfaction and e-loyalty based on e-trust and e-service quality on Shopee customer. *Journal of Consumer Sciences*, 9(1), 22-39.
- Le, M. H., Duong, Q. N., Nguyen, H. N., Au, Q. N., & Pham, N. N. (2025). The impact of digital innovation on e-commerce young customer satisfaction in vietnam. *Journal of Central Banking Law and Institutions*, 4(1), 79-112.
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-trust terhadap e-loyalty dimediasi oleh e-satisfaction pada pengguna dompet digital Gopay. *YUME: Journal of Management*, 4(1).
- Maghfiroh, N. W., & Badi'ah, R. (2025). Pengaruh E-service Quality, E-satisfaction Terhadap E-loyalty, Melalui E-trust Sebagai Variabel Mediasi pada Aplikasi Brins Mobile. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 5(1), 136-145.
- Mahdyvianra, E., Kultum, U., & Ramadani, D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pelanggan Edukasystem.Com Melalui E-Satisfaction dan E-Trust. *Journal of Business Management Education* , 22-31.

- Mariana, Y., & Fadli, J. A. (2022). Pengaruh E-service Quality, E-Trust, E-Satisfaction terhadap E-Loyalty Nasabah Perbankan Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 186-200.
- MediaKonsumen.com. (n.d.). *Tentang Media Konsumen*. Diakses dari MediaKonsumen.com
- Melawati, A., Welsa, H., & Maharani, B. D. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Aplikasi Belanja Online Shopee. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3015-3033.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2021). KONSEP DASAR STRUCTURAL EQUATION MODEL- PARTIAL LEAST SQUARE (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS. Pascal Books. <https://books.google.co.id/books?id=KXpjEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Nasrulloh, A. F., & Firmansyah, F. (2024). Pengaruh E-Service Quality Dan Price Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 691-709.
- Prabawanti, K. J. (2024). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Gen-Z Kota Palu)* (Doctoral dissertation, Universitas Tadulako).
- Pradana, B. P. (2022). Investigating the Repurchase Intention of E-Commerce Users from Service Quality and Expectation-Confirmation Theory Perspective. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 4(3), 127-135.
- Pratama, R. A., Prasetyo, W. B., & Ramli, A. H. (2023). E-service quality, e-trust, e-satisfaction and e-loyalty in online shopping.
- Pratama, R. R., & Rubiyanti, N. (2023). The Influence of Customer Relationship Management on Customer Brand Loyalty Through Customer Satisfaction as a Mediator. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1427-1431.

- Puspita, A., Finanta, D., & Sinulingga, C. R. I. (2025). PERAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN EFESIENSI TRANSAKSI E-COMMERCE SHOPEE. *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH*, 3(1), 105-115.
- Ramadhani, A. T., Salim, M. A., & Athia, I. (2023). Pengaruh E-Service Quallity, E-Trust, dan E-Satisfaction terhadap E-Loyalty Pelanggan Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Rahmadani, F., & Dwita, V. (2025). The Effect Of E-service quality, E-trust, and Price on Customer E-Loyalty mediated by Customer E-Satisfaction on Gen Z user of Lazada Application in Padang City: Pengaruh E-service quality, E-trust Dan Price Terhadap Customer E-Loyalty Yang Dimediasi Oleh Customer E-Satisfaction Pada Gen Z Pengguna Aplikasi Lazada di Kota Padang. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 9(1), 301-317.
- Riyadi, S. A., 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), 1-16.
- Roisah, R., Ahha, Z. A., & Angliawati, R. Y. (2022). Upaya meningkatkan e-satisfaction melalui e-trust dan e-service quality pada pengguna Shopee Kota Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(2), 65-76.
- Rojiqin, M. K., Hadi, S. N., & Utomo, Y. T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Prespektif Syariah. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(4), 1-16.
- Russell, M. (2019). Digital technologies: Supporting and advancing assessment practices in the classroom. In *Classroom assessment and educational measurement* (pp. 224-242). Routledge.

- Salmah, N. N. A., Suhada, S., & Damayanti, R. (2021). Peran e-satisfaction dalam memediasi pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty pelanggan pada toko online Cilufio. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 132-140.
- Salsabilah, H. M., & Mangruwa, R. D. (2024). Pengaruh E-Service Quality Dan Sales Promotion Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pelanggan Halodoc. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 9134-9151.
- Sabila, A. R., & Kusumaningrum, L. (2020). Analisis kualitas layanan e-commerce Shopee dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan (studi kasus: pelanggan Shopee di kota tangerang 2020). *Jl-Tech*, 72-80.
- 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 Penusa*, 3(1), 190-195.
- Skaf, Y., Eid, C., Universitas Notre Dame Louaize, Universitas Nicosia, Universitas Arab Beirut, Universitas Balamand, Rebeiz, K. S., & Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Balamand. (2024). Teknologi dan kualitas layanan: mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan industri asuransi dalam kondisi krisis. *Jurnal Bisnis EuroMed*. <https://doi.org/10.1108/EMJB-01-2024-0027>
- Suprpti, S., & Suparmi, S. (2020). Membangun e-Loyalty dan e-Satisfaction Melalui e-Service Quality Pengguna Goride Kota Semarang. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 240-255.
- Wahid, A., & Afifah, V. (2023). Increasing e-loyalty of e-commerce users through e-satisfaction and e-trust. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(4), 458-467.
- Wahyudi, R. C., Abidin, Z., & Zainurossalamia, S. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan Information Quality Terhadap E-Satisfaction Dan Dampaknya Terhadap E-Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 5(4).
- Wardhana, A., & Pradana, M. (2023). Service Quality and Brand Reputation as Antecedents of Brand Choice: The Case of Ride-Hailing Applications in

Southeast Asia. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 10(3), 387-400. DOI: 10.15549/jeecar.v10i3.1033 (SCOPUS Q3).

Waruwu, K. K., & Sahir, S. H. (2022). Pengaruh e-service quality dan Brand Image Terhadap e-loyalty pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(3), 335-341.

Wibowo, F. A., Trisnawati, J. D., & Megawati, V. (2024). Effect Of E-Commerce Innovation And E-Service Quality On Tokopedia Customer Satisfaction And Loyalty In Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 9(1), 12-22.

Wibowo, S. H., Wahyuddin, S., Permana, A. A., Sembiring, S., Wahidin, A. J., Nugroho, J. W., Rahajeng, E., Kurnaedi, D., Bau, R. T. R. L., Adhicandra, I., Yuniansyah, Rivanthio, T. R., & PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. (2023). *TEKNOLOGI DIGITAL DI ERA MODERN* (D. P. Sari & T. P. Wahyuni, Eds.). PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

Yunani, A., Sakti, M. R. P., Pradana, M., & Putra, A. (2024). Facilities and Service Quality's Impacts on Satisfaction: A Case of Indonesian Train Service Customers. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 21, 2091–2099. <https://doi.org/10.37394/23207.2024.21.171>.