

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022, August). *Ini Situs E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Agustus 2022*. Databoks Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). *Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha*. BPS RI.
<https://www.bps.go.id/publication/2020/09/15/9efe2fbda7d674c09ffd0978/analisis-hasil-survei-dampak-covid-19-terhadap-pelaku-usaha.html>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). *Statistik E-Commerce 2021*.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (E. Risanto, Ed.). ANDI.
- Big Alpha. (2021, June 2). *Mengenal Bisnis Shopee di Indonesia, Dari Pesan Makanan Sampai Pembayaran*. <https://bigalpha.id/news/mengenal-bisnis-shopee-di-indonesia-dari-pesan-makanan-sampai-pembayaran>
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 14(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.1>
- Catriana, E. (2021, October 12). *Ini Potensi dan Tantangan dalam Pemanfaatan E-commerce*. Kompas.Com.
<https://money.kompas.com/read/2021/10/12/162308426/ini-potensi-dan-tantangan-dalam-pemanfaatan-e-commerce>
- Fahrozi, M. (2022). *Consumer Behaviour: Essence, Position & Strategy*. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. CV BUDI UTAMA.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, M., Ramdhan, W., & Maharani, D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dan E-Commerce sebagai Peluang Usaha Mandiri Bagi Kader Desa Kelurahan Dadimulyo. *Jurnal Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 7–10.
- Hao, J.-X., Fong, D. K. C., Yu, Y., & Law, R. (2015). A genetic algorithm-based learning approach to understand customer satisfaction with OTA websites. *Tourism Management*, 48, 231–241.

- Hidayah, F. E., & Suryadi, N. (2021). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna E-Commerce Tokopedia*.
- Jayani, D. H. (2019, September 19). *10 Alasan Membeli Makanan Secara Online*. Katadata Insight Center. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/19/10-alasan-membeli-makanan-secara-online>
- Jeon, M. M., & Jeong, M. (2017). Customers' perceived website service quality and its effects on e-loyalty. *Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 438–457. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2015-0054>
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.35313/irwns.v10i1.1463>
- Kaya, B., Behraves, E., Abubakar, A. M., Kaya, O. S., & Orus, C. (2019). The Moderating Role of Website Familiarity in the Relationships Between e-Service Quality, e-Satisfaction and e-Loyalty. *Journal of Internet Commerce*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1668658>
- 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).
- Kumparan. (2022, May 18). *Profil Perusahaan Shopee sebagai Aplikasi Belanja Online Asia*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-shopee-sebagai-aplikasi-belanja-online-asia-1y5jwp8MoSo/full>
- Kusnandar, V. B. (2022, December 20). *Rata-Rata Pengeluaran Makanan per Kapita Penduduk Kota di 34 Provinsi Indonesia (2022)*. Badan Pusat Statistik (BPS). <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/940/persentase-rata-rata-pengeluaran-per-kapita-sebulan-untuk-makanan-dan-bukan-makanan-di-daerah-perkotaan-menurut-provinsi-2007-2022.html>
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pertama). Khalifah Mediatama.
- Multajah, M. (2022). *Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Toko Havistaaa di Shopee)* [Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten]. <http://repository.uinbanten.ac.id/id/eprint/9074>
- 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*, 9(7). <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p11>

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Priyastama, R. (2020). *The Book of SPSS: Pengolahan & Analisis Data*. START UP.
- Pudjarti, S., Nurchayati, & Putranti, H. R. D. (2019). Hubungan E-Service Quality dan E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Pada Konsumen Go-Jek dan Grab DI Semarang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 21(3).
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2017). The impact of e-service quality on customer satisfaction and loyalty in mobile banking usage : case study of Thailand. *Polish Journal of Management Studies*, 183–193.
- Purnamasari, D. (2018). The Roles of E-Service Quality, E-Trust, and E-Satisfaction on Online Retail Loyalty. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1(2).
- Ramadhani, F. (2022, July 6). *Ini 5 Faktor Pesatnya Perkembangan E-Commerce di Indonesia*. <https://compas.co.id/article/perkembangan-e-commerce/>
- 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. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/TQM-02-2020-0019>
- Rizky, C. G., & Suyanto, A. (2020). Analisis Faktor - Faktor Yang Membentuk Loyalitas Pelanggan IndiHome Dengan Layanan Triple Play Di Kota Jakarta. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 4(2). <http://e-jurnalmitramanajemen.com>
- Santika, I. W., & Pramudana, K. A. S. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel di Bali. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.35>
- Sari, L., & Tobing, R. P. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna SVOD WeTV. *Journal of Education and Language Research*, 2(1), 147–160.
- Shopee. (2022a). *Shopee Karier*. Careers.Shopee.Co.Id. <https://careers.shopee.co.id/about>
- Shopee. (2022b). *ShopeeFood*. <https://shopee.co.id/m/shopeefood>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami, Ed.; 1st ed.). ALFABETA.
- Sugiyono. (2022). *Metode kuantitatif, Kualitatif Dan R&D Cetakan ke-3*. Alfabeta.
- Sundayana, R. (2020). *Statistika Penelitian Pendidikan*. ALFABETA.

- Suprpti, S., & Suparmi. (2020). Membangun e-Loyalty dan e-Satisfaction melalui e-Service Quality Pengguna Goride Kota Semarang. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3795>
- Timotius, K. H. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian*. ANDI.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. ANDI.
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *AGORA*, 6(1), 1–10.
- Widiasworo, E. (2018). *Mahir Penelitian Pendidikan Modern (Pertama)*. Araska.
- Winarni, E. W. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D*. PT. Cahaya Prima Sentosa.
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(6).
- Yuswohady, Y., Fatahilah, F., Rachmaniar, A., & hanifah I. (2020). *Consumer behaviour new normal after COVID-19: The 30 predictions consumer behavior new normal after covid-19*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2016). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing Seventh Edition*. McGraw Hill.