

DAFTAR PUSTAKA

- Apsari, N. W. R. (2022). Upaya peningkatan rating ota (online travel agent) di atanaya hotel bali pada masa covid-19: Efforts to improve ota rating (online travel agent) at the atanaya bali hotel during covid-19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(4), 854–872.
- Kadir, P. A. (2020). Strategi Marketing melalui Online Travel Agent dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Training Center Damhil Universitas Negeri Gorontalo. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 6(2), 147–160.
- Poedjiono, L. A., Hianita, S., & Andreani, F. (2020). Analisa Electronic Word of Mouth (EWOM) Pada Online Travel Agent (OTA) Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 8(1).
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wibowo, S. F., Raidah, R. A., & Rahmi. (2019). ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED SERVICE VALUE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKOPEDIA. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 148-166.
- Brilian, Z. E., Tresnati, R., & Maharani, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Loyalty Pada Pelanggan PT. XFitur PT. X. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 90-94.
- Valentina, A. N. (2020). PENGARUH E-SATISFACTION TERHADAP E-LOYALTY DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABLE INTERVENING PADA APLIKASI FINTECH OVO. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1-8.
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019). PENGARUH E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY (STUDI PADA SELLER DI BUKALAPAK). *10th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1204-1213.
- Suprpti, S., & Suparmi. (2020). Membangun e-Loyalty dan e-Satisfaction melalui e-Service Quality Pengguna Goride Kota Semarang. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 240-255.

- Al-dweeri, R., Obeidat, Z., Al-dwiry, M., Alshurideh, M., & Alhorani, A. (2017). The Impact of E-Service Quality and E-Loyalty on Online Shopping: Moderating Effect of E-Satisfaction and E-Trust. *International Journal of Marketing Studies*, 92.
- Das, S., Mishra, A., & Cyr, D. (2019). Opportunity gone in a flash: Measurement of e-commerce service failure and justice with recovery as a source of e-loyalty. *Elsevier*, 2.
- Purwati, M., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY DENGAN ESATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna E-commerce Bukalapak). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 310-320.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yam, J., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi Vol 3, No 2*, 96-102.
- Firdaus, I. (2019). Pengaruh DER, TATO dan NPM Terhadap Kebijakan Dividen (Studi Kasus Pada Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2012-2016. *JAAF (Journal of Applied Accounting and Finance) Volume 3, Number 1, 2019*, 71-84.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Kusumastuti, Adhi, Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Putra, D. A., & Adriansyah, A. (2022). Pengaruh Pelatihan Kerja, Motivasi Kerja, dan Employee Engagement Terhadap Kinerja Tenaga Ahli Fraksi X DPR RI. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 127.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Kaya, B., Behraves, E., Abubakar, A., Kaya, O., & Orus, C. (Vol. 18 2019). The Moderating Role of Website Familiarity in the Relationships Between e-Service Quality, e-Satisfaction and e-Loyalty. *Taylor & Francis Commerce*.
- Khan, M., Zubair, S., & Malik, M. (2019). An assessment of e-service quality, e-satisfaction and e-loyalty Case of online shopping in Pakistan. *Emerald*, 283-302.
- Anser, M., Tabash, M., Nassani, A., Aldakhil, A., & Yousaf, Z. (2021). Toward the e-loyalty of digital library users: investigating the role of e-service quality and e-trust in digital economy . *Emerald*.
- Syahril, Sihotang, M., Hadinegoro, R., Sulastri, E., Rochmad, I., Cahyono, Y., & Purwanto, A. (Vol.1 No.1 2022). HOSPITALS CUSTOMER E-LOYALTY: HOW THE ROLE OF E-SERVICE QUALITY, E-RECOVERY SERVICE QUALITY AND E-SATISFACTION? *UJoST*, 23-27.
- Al-Dweeri, R., Moreno, A., Montes, F., Obeidat, Z., & Al-Dwairi, K. (2018). The effect of e-service quality on Jordanian student's e-loyalty: an empirical study in online retailing. *Emerald*, 902-923.
- Purwanto, A. (2022). The Role of Digital Leadership, e-loyalty , e-service Quality and e-satisfaction of Indonesian E-commerce Online Shop. *Ijosmas*, 51-57.