

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I. A., Haryadi, F. N., Haryani, I., Rachmawati, I., Ramadhani, D. P., Tantra, T., & Alamsyah, A. (2023). Understanding service quality concerns from public discourse in Indonesia state electric company. *Heliyon*, 9(8), e18768. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18768>
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., Sorguli, S., & Anwar, G. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 14–28. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.2>
- Bernarto, I., Wilson, N., & Suryawan, I. N. (2019). Pengaruh Website Design Quality, Service Quality, Trust dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus: Tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(1), 80. <https://doi.org/10.25124/jmi.v19i1.1987>
- Ciputra, W., & Prasetya, W. (2020). Analisis Pengaruh E-Service Quality, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction, Trust, dan Customer Behavioral Intention. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 109. <https://doi.org/10.37535/103001220201>
- Edhi, P. K., & Heryjanto, A. (2023). *View of PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION YANG DIMEDIASI OLEH E-TRUST (STUDI EMPIRIS: PENGGUNA TELEMEDICINE DI RUMAH SAKIT X TANGERANG)*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. <https://ejournal.penerbitjurnal.com/index.php/business/article/view/567/494>
- Elvera, & Astarina, Y. (2021). *Metodologi Penelitian* (E. S. Mulyanta, Ed.; 1st ed.). ANDI.
- Firli, A., Primiana, I., Kaltum, U., Oesman, Y. M., Herwany, A., Azis, Y., & Yunani, A. (2017). CAPEX efficiency and service quality improvement via tower sharing in the Indonesian telecommunication industry: optimisation model using comparison of genetic algorithm and simulated annealing methods. *International Journal of Services, Economics and Management*, 8(1/2), 90. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2017.084488>
- Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish Publisher.
- Hernita, S. J., Sidik, W., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh E-Service dan Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Pengguna Sistem E-Learning dengan Moderasi Perceived Value.

*Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 257–264.

<https://doi.org/10.30812/target.v2i2.1001>

Hikmah, A. N., & Riptiono, S. (2020). Pengaruh Customer Engagement dan E-Service Quality Terhadap Online Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(1), 89–100.

<https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i1.447>

Idpal, I., Meiriza, A., Oktadini, N. R., Putra, P., & Sevtiyuni, P. E. (2024). ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA INDRIVE DI KOTA PALEMBANG. *METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerasi Akuntansi*, 8(1), 57–64.

<https://doi.org/10.46880/JMIKA.VOL8NO1.PP57-64>

Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.

Indrata, S. L., Susanti, C. E., & Kristanti, M. M. (2018). Pengaruh Perceived Value Dan E-Service Quality Terhadap Customer Behavioral Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Pengguna Gojek Di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 131–147. <http://jurnal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/view/1780>

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Agency Ltd.

Maghfiroh, W. I., Himawan, A. F. I., Sukaris, S., & Krisnawati, W. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-TRUST DAN E-SATISFACTION TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA BRI MOBILE (BRImo). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 481–486. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.251>

Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA URBANS TRAVEL. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1645–1661. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3242>

Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>

PUTRA, W. P. (2023). *PENGARUH ELECTRONIC SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA INDRIVE DI KOTA BANDUNG MELALUI CUSTOMER SATISFACTION DENGAN APP DESIGN DAN TRUST SEBAGAI*

VARIABEL MODERATOR.

<https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/197848/slug/pengaruh-electronic-service-quality-terhadap-customer-loyalty-pengguna-indrive-di-kota-bandung-melalui-customer-satisfaction-dengan-app-design-dan-trust-sebagai-variabel-moderator.html>

Rilopari, P., & Himawan, A. F. I. (2021). Pengaruh Kinerja Operasional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Prima Megah Irsa. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(2), 57. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v1i2.12667>

Sakti, D. B., Widiartanto, W., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction pada E-Commerce Shopee (Studi pada Konsumen Generasi Z di Universitas Diponegoro, Semarang ). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 276–283. <https://doi.org/10.14710/JIAB.2023.37304>

Saragih, M. G., & Astuti, D. (2021). Analisis E-Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 219–225. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i1.1123>

Sari, N., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh Food Quality, Price, Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty pada Restoran Aneka Rasa Jambi dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(2), 368. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i2.121>

Sari, P. K., Alamsyah, A., & Wibowo, S. (2018). Measuring e-Commerce service quality from online customer review using sentiment analysis. *Journal of Physics: Conference Series*, 971, 012053. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/971/1/012053>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami, Ed.; 2nd ed.). Alfabeta.

Sujarweni, W. V. (2016). *Penelitian Akuntansi dengan SPSS* (Mona, Ed.). Pustaka Baru Press.

Tan, H., Ritzky, D., Brahmana, K. M. R., Program, M. A., Bisnis, M., Manajemen, S., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pada Shopee. *Agora*, 7(1), 287043. <https://www.neliti.com/publications/287043/>

Tjiptono, F. (2022). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (A. Diana, Ed.; 4th ed.). ANDI.

Trisliatanto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian* (Giovanni, Ed.). Andi.

Ulum, F., & Muchtar, R. (2018). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-CUSTOMER SATISFACTION WEBSITE START-UP KAOSYAY. *Jurnal Tekno*

*Kompak*, 12(2), 68. <https://doi.org/10.33365/jtk.v12i2.156>

Widiasworo, E. (2019). *Menyusun Penelitian Kuantitatif untuk Skripsi dan Tesis* (Ilalang, Ed.). Araska.

Wiryana, N. Y., & Erdiansyah, R. (2020). 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), 217. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i5.9231>

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.