

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (1 ed.). CV. Syakir Media Press.
- Aditiya, P., Enri, U., & Maulana, I. (2022). Analisis Sentimen Ulasan Pengguna Aplikasi Myim3 Pada Situs Google Play Menggunakan Support Vector Machine. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(4). <https://ejurnal.stmik-budidarma.ac.id>
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Jurnal Pendidikan*, 6(1).
- Adriyanti, A., & Abubakar, A. H. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 17(2).
- Afia, N., Firdaus, M., Asitah, N., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (2022). Memahami Apa Makna Model Bisnis. *OSF Preprints*. <https://osf.io>
- Akbar, R. N., & Endayani, F. (2022). Pengaruh E-Trust dan E-Satisfaction Terhadap Meningkatnya E-Loyalty Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Kalangan Generasi Millenia. *Competence Journal of Management Studies*, 16(1). https://www.researchgate.net/publication/361060292_Pengaruh_E-Trust_Dan_E-Satisfaction_Terhadap_Meningkatnya_E-Loyalty_Pada_Pengguna_Aplikasi_E-Commerce_Di_Kalangan_Generasi_Milenial
- Albanna, M. R., Yunita, D., & Nofiawaty, N. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Konsumen Tokopedia di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya (JMBS)*, 20(3).
- Arif, M. (2022). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Asakdiyah, S., & Ismanto, D. (2022). Membangun e-trust mahasiswa melalui e-service quality dan e-satisfaction mahasiswa. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 10(1).

- Az-zahra, Df. F., Kurniawan, D. T., & Prameka, A. S. (2024). The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Social Media Marketing Toward Repurchase Intention Tokopedia Indonesian Consumer Through Customer Satisfaction. *IRCEB, The 6th International Research Conference on Economics and Business*. <https://knepublishing.com/index.php/KnE-Social/article/view/15079>
- Balasubramania, S., Konan, P., & Menon, N. M. (2019). Customer Satisfaction in Virtual Environments: A Study of Online Investing. *Customer Satisfaction in Virtual Environments*. <https://psycnet.apa.org/record/2003-99535-003>
- 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). <https://www.researchgate.net/publication/333261561>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (8 ed.). John Wiley & Sons.
- Candiwan, & Wibisono, C. (2021). Analysis of the Influence of Website Quality to Customer's Loyalty on E-Commerce. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 12(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.7903/ijecs.1892>
- Chmeis, S. T. J. E., & Zaiter, R. (2024). The Impact Of E-Service Quality On E-Loyalty Through The Mediating Effects Of E-Satisfaction And E-Trust In Lebanon. *Journal Of Law And Sustainable Development*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.55908/sdgs.v12i2.2770>
- Damayanti, K., & Indrawati. (2024). The Effect of E-Service Quality on E-Word of Mouth in E_Commerce Website Users with E-Satisfaction as Intervening Variable. *International Journal of Social Science and Human Research*, 07(05). <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v7-i05-114>
- Dianti, M. R., Rahim, H., Zulstra, J. D., & Rizalina. (2023). Pengaruh E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Shopee. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya (JPPISB)*, 2(1).

- Effendi, R., Musnaini, M., & Suyoto, Y. T. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(4).
<https://online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/28066>
- Fabiola, D., & Rachmawati, I. (2022). The Impact Of Social Media Marketing Instagram OnRepurchase Intention In Loreal Consumers. *e Proceedings of Management*, 8(6).
- Febrini, I. Y., PA, R. W., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1).
<https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/6130/4439>
- Ghozali, I. (2021). *Partial least squares : konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.2.9 untuk penelitian empiris* (3 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WARPPLS 4.0*. Yoga Pratama.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Hult, G. T. M. (2023). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3 ed.). Sage Publishing.
- Hair, J., Latan, H., Noonan, R., & Sabol, M. (2023). *Partial Least Squares Path Modeling (Basic Concepts, Methodological Issue And Applications* (Second). Springer.
- Halim, E., Claudia, L., & Hebrard, M. (2023). The Impact Of Customer Satisfaction, Customer Experience, E-Service Quality To Customer Trust In Purchasing Digital Product At The Marketplaceitle. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3).
<https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/6630/1925>
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian : Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis* (1 ed.). PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Handayanti, D. N., & Indarto, M. R. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Intervening Pada Pengguna E Commerce

- Shopee. *Cakrawala Bisnis*, 4(1).
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (H. Sazali (ed.); 1 ed.). Wal Ashri Publishing.
<http://repository.uinsu.ac.id/>
- Hariyanto, R. P. F., & Rachmawati, I. (2022). Effect of E-Service Quality on Loyalty through Customer Satisfaction on Livin' Users by Mandiri. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, 5(1).
<https://doi.org/10.51386/25815946/ij sms-v5i1p108>
- Hasan, A. (2018). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan* (1 ed.). Media Pressdindo.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Car, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(11). <https://www.scirp.org>
- Hutauruk, C. R., Sutrisna, E., Martabar, M., & Lumbanraja, M. (2023). Pengaruh Customer Bonding Dan Kualitas Layanan Terhadap loyalitas Pelanggan Indihome Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Pelatihan*, 7(3), 590–599.
- Ibrahim, A., Elisa, F. S., Fernando, J., Salsabila, L., Anggraini, N., & Arafah, S. N. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi MyTelkomsel. 3(3). <https://doi.org/10.47065/bits.v3i3.1076>
- Inayah, R. R., & Khasanah, I. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Lazada Di Wilayah Pekalongan). *Diponegoro Journal of Management*, 12(4).
- Indosat. (2024). *Tentang Perusahaan Kami Indosat Ooredoo*.
<https://ioh.co.id/portal/id/corporatecompany>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (1 ed.). Unitomo Press.
<http://repository.unitomo.ac.id/>
- Indrawati, Yones, P. C. P., & Muthaiyah, S. (2023). eWOM via the TikTok application and its influence on the purchase intention of something products. *Asia Pacific Management Review*. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.07.007>
- Jayaputra, R., & Kempa, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap

- Repurchase Intention Melalui E-Customer Satisfaction Pada Pengguna Shopee Food. *AGORA*, 10(1). <https://publication.petra.ac.id>
- Juwaini, A., Chidir, G., Novitasari, D., Iskandar, J., Hutagalung, D., Pramono, T., Maulan, A., Safitri, K., Fahlevi, M., Sulisty, A. B., & Purwanto, A. (2022). The role of customer e-trust, customer e-service quality and customer e-satisfaction on customer e-loyalty. *International Journal of Data and Network Science*.
- Karimah, B. P. H., Priharsari, D., & Tibyani. (2022). Analisis Penggunaan E-Commerce terhadap Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 6(1). <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/10784/4763>
- Kasih, S. S., & Moeliono, N. N. K. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Sorabel Di Bandung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(4). <https://jim.usk.ac.id/>
- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (11 ed.). Prentice Hall.
- Kusmita, A. C., Farida, N., & Saryadi. (2021). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap Online Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction (Pada Mahasiswa S1 FISIP Yang Pernah Berbelanja Di Lazada). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 19(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/32135>
- Li, L., Yuan, L., & Tian, J. (2023). Influence of online E-commerce interaction on consumer satisfaction based on big data algorithm. *Heliyon*. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18322>
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E- Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *YUME : Journal of Management*.
- Lin, C., & Lekhawipat, W. (2019). Factors affecting online repurchase intention.

- industrial Management & Data System*, 114(4).
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IMDS-10-2013-0432/>
- Magdalena, A., & Jaolis, F. (2019). Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, Dan E-Loyalty Dalam Konteks E-Commerce Blibli. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2).
- Nashar, M., & Taru. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Oada Pt Petra Garda Paramita). *Journal of Applied Business Administration*.
- Naufal, M. A., Millanyani, H., & Trianasari, N. (2024). The Influence Of E-Service Quality Dimensions On E Customer Satisfaction And Its Impact On E-Customer Loyalty Tiket.Com. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i1.1025>
- Nugroho, A., & Indriani, F. (2021). Analisis Faktor Brand Loyalty Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Beauty Dan Personal Care (Studi Kasus : The Body Shop. *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32414>
- Paramitha, P. A., Saerang, I. S., & Soegoto, A. S. (2019). Pengaruh Inovasi dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 7(4).
- Parasuraman, A. (2019). A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*,.
- Prakosa, D., & Pradhanawati, A. (2020). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28742>
- Prasetyo, A. N., & Yusran, H. L. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna E-Commerce. *International Journal of Demos*, 1. <https://hk-publishing.id/ijd->

demos/article/view/193/pdf

- Pratiwi, L., Sunaryo, & Mugiono. (2021). The effect of e-service quality on e-loyalty mediated by e-trust and brand image variables: A study on OVO E-Wallet application users in Malang City. *International Journal Of Research In Business And Social Science*, 10(6).
<https://doi.org/https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i6.1364>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Pascal Books.
- Purwati, M., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce Bukalapak). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/34754>
- Putro, P. P. (2022). *Analisis Perpindahan Merek Pada Pengguna Jaringan Indosat Ooredoo Ke Provider Lain*.
- Raynare, R., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Dimensi E-Service Quality Terhadap E Customer Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap E Customer Loyalty Jd.Id. *e-Proceeding of Management*, 8(6).
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16909>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*.
- Safira, N. N. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Pada Butik Dress Gallery Sun Plaza Medan*. Universitas Medan Area.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (1 ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Said, S., & Mukhlis. (2023). Peranan Pemasaran Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada Usaha Tahu Di Kelurahan Penatoi Kota Bima. *Jurnal PenKoMi : Kajian Pendidikan dan Ekonomi*", 6(1).
- 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. *Journal of Economics and Business*, 5(1).

- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (7 ed.). PrenadaMedia Group.
- Sidiq, U., Mujahidin, A., & Choiri, M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. CV. Nata Karya.
- Sihombing, N. S., Simbolon, S., Susanto, A., & Tarigan, S. A. (2023). E-Service Quality And E-Trust Toward Online Shop Customers E-Loyalty: Satisfaction as Mediation. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 7(2).
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/amwaluna/article/view/11458/4877>
- Sinambela, L. P. (2020). Penelitian Kuantitatif: Suatu Pengantar. *Prismakom*, 17(1).
- Singh, J., & Sirdeshmukh, D. (2019). Agency and Trust Mechanisms in Consumer Satisfaction and Loyalty Judgments. *CONSUMER LOYALTY*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 2 ed.). CV. Alfabeta.
- Sukmayadi. (2019). Kebijakan Penetapan Harga Pada Pt. Atrindo Asia Global Bandung. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2).
<https://journal.ikopin.ac.id>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction* (5 ed.). CV Andi Offset.
- Utama, H. H. (2022). Pengaruh Pendampingan Pemasaran Dan Kewirausahaanumkm Penyandang Disabilitas Melalui Pemanfaatan E-Commerce Pasca Pandemi. *Speed: Journal Of Special Education*, 6(1).
<https://jurnal.unipar.ac.id/index.php/speed/article/view/867>
- Verianty, W. A. (2023). *Profil PT Indosat Ooredoo, Perusahaan Telekomunikasi Digital Indonesia*. Liputan6.com.
<https://www.liputan6.com/hot/read/5177194/profil-pt-indosat-ooredoo-perusahaan-telekomunikasi-digital-indonesia>
- Widyadhana, T. A., Agustin, A. M., & Rozak, A. (2024). Analisis Perilaku dan Preferensi Mahasiswa terhadap Pengalaman Belanja Online dan Offline. *PAJAMKEU : Pajak dan Manajemen Keuangan*, 1(2).

- Wuisan, D. S. ., Candra, D., Tanaya, M. A., Natalia, V., & Bernarto, I. (2020). Pengaruh Website Design Quality Dan E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Sociolla E-Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Computatio: Journal of Computer Science and Information Systems*, 4(1). <https://journal.untar.ac.id/index.php/computatio/article/view/7748/5636>
- Yanto, R. T. Y., & Anjarsari, A. D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce (Studi Kasus Pengguna Toko Online Shopee). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 11(1).
- Zaraswati, N., & Setyawati, I. (2023). Keberhasilan E-Satisfaction Dan E-Repurchase Intention Bukalapak: Peran Digital Marketing, E-Service Quality Dan E-Trust. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(1). <https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id>