

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, R. E., dan Srinivasan, S. S. (2003). E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework. *Psychology and Marketing*, 20(2), 123–138. <https://doi.org/10.1002/mar.10063>
- Arista Mulya Deyane, Bazari Aziz Mochammad, F., dan Mujjadid. (2021). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-RECOVERY SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION DI SITUS LAZADA (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh )*. 3, 136–144.
- Ashghar, S. A., dan Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.459>
- Berliana, C., dan Sanaji. (2022). Effect Of E-Service Quality, E-Trust, And Commitment On E-Loyalty With E-Satisfaction As A Mediation Variable Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, Dan Commitment Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2397–2413. Diambil dari <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Finaka Andrian W, Nurhanisah Yuli, D. C. (2023). Pengguna Intenet Di Indonesia Masih Tinggi. Diambil dari <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam SPSS*. (Edisi Keem). Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ginee.com, D. (2021). Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar! Diambil dari 09 November pukul 00.00 website: <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>

- Gull, S. ... Mehmood, Z. (2020). A mediation analysis of e-service quality and e-loyalty in Pakistani e-commerce sector. *Journal of the Research Society of Pakistan*, 57(2), 66–73. Diambil dari <https://www.researchgate.net/publication/344926992>
- Hansen, E., dan Jonsson, E. (2013). E-Loyalty in Fashion E-Commerce: An Investigation In How to Create E-Loyalty. *Master Thesis, 15 ECTS, 12*, 67–78.
- Ho, C. I., dan Lee, Y. L. (2007). The development of an e-travel service quality scale. *Tourism Management*, 28(6), 1434–1449. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.12.002>
- Humairoh, H. ... Annas, M. (2023). Determinasi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi Tiktok. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 71. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7440>
- Husni, F. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna E-Commerce Shopee di Makassar. *Journal of Business, Technology, & Social Science*, 1(2), 1–11.
- Indonesia, C. (2019). TikTok Bikin TikTok TV di Indonesia, Apa Istimewanya? Diambil dari Rabu, 23 Februari website: [https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230222083356-185-916212/tiktok-bikin-tiktok-tv-di-indonesia-apa-istimewanya#:~:text=Sementara itu mengutip Statista%2C pengguna,\) dengan 113%2C25 juta\)](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230222083356-185-916212/tiktok-bikin-tiktok-tv-di-indonesia-apa-istimewanya#:~:text=Sementara%20itu%20mengutip%20Statista%20pengguna,dengan%20113%20juta)
- Kurniawan, C. (2019). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim Pada Marketplace Tokopedia Dan Bukalapak. *repo.iain-tulungagung*.
- Lee, G. G., dan Lin, H. F. (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail and Distribution*

*Management*, 33(2), 161–176. <https://doi.org/10.1108/09590550510581485>

Lova, A. N., dan Indra Budaya. (2023). Behavioral of Customer Loyalty on E-Commerce: The Mediating Effect of E-Satisfaction in Tiktok Shop. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 2(1), 61–73. <https://doi.org/10.58526/jsret.v2i1.43>

Mahdyvianra, E. M. ... Ramadani, D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pelanggan Edukasytem.Com Melalui E-Satisfaction dan E-Trust (Studi Kasus PT Eduka Teknologi Indonesia di Kota Bandung). *Journal of Business Management Education* |, 6(3), 22–31.

Makarim, A. F. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Studi Pada Konsumen Milenial Pengguna E-Commerce Shopee. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.

Nasution. (2003). *Metode Research*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Parasuraman, A. ... Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>

Pudjiarti, S. ... Dwi Putranti, R. H. (2019). *E-service quality*. 21(3), 237–246. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.21491>

Ranjbarian, B. ... Hadadian, A. (2012). An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-purchase Intention in Iranian Department Stores. *International Journal of Business and Management*, 7(6), 40–48. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n6p40>

Riyadi Annisa, S. ... Usman, O. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty pada Pengguna Tiktok Shop. *Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 4(1).

Salmah, N. N. A. ... 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.  
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.191>
- Saragih, Gusandra, M. (2019). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY MELALUI E-SATISFACTION (STUDI PADA PELANGGAN TOKO ONLINE SHOPEE DI KOTA MEDAN). *JURNAL MANTIK PENUSA*, 15(3), 238–251.  
<https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i3.4543>
- Sari, V. Y. (2020). Pengaruh E-Satisfaction dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Konsumen Wanita pada Online Marketplace Sociolla (Studi pada Konsumen Sociolla di Kota Medan). *Studi, P., Administrasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Utara, U. S.* Diambil dari  
<http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/30045>
- Semeijn, J. ... Streukens, S. (2005). E-services and offline fulfilment: How e-loyalty is created. *Managing Service Quality*, 15(2), 182–194.  
<https://doi.org/10.1108/09604520510585361>
- Srinivasan, S. S. ... Ponnnavolu, K. (2002). Customer loyalty in e-commerce: An exploration of its antecedents and consequences. *Journal of Retailing*, 78(1), 41–50. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00065-3](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00065-3)
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarni, dan Wahyuni. (2006). *Metode Penelitian Bisnis, Edisi 1*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Tri Atmojo, J. J., dan Widodo, T. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Loyalty melalui E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tiket.com. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 133. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v13i1.5092>