

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. P. Sihotang, D. Pibriana, P. Studi, S. Informasi, T. Online, and K. Layanan, “Perbandingan Kualitas Layanan Dua Aplikasi Transportasi Online Menggunakan Metode Servqual,” vol. 6, no. 2, pp. 147–162, 2020.
- [2] D. Adriansyah and M. E. Saputri, “Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung,” *J. Entrepreneurship, Manag. Ind.*, vol. 3, no. 3, pp. 123–128, 2020.
- [3] T. Tiffani and M. R. Mulyandi, “Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Mobile Abstrak Pendahuluan Internet merupakan salah satu bukti perkembangan teknologi saat ini , dengan adanya internet pencarian infomasi dan aktivitas sehari-hari dapat dilakukan,” *Pros. Semin. dan Lokakarya Kualitatif Indones. 2019*, pp. 135–140, 2019, doi: 10.33510/slki.2019.
- [4] Alwendi, “Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan,” *Manaj. Bisnis*, vol.17, no. 3, pp. 317–325, 2020, [Online]. Available: <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- [5] S. A. Pratama Yudha, R. Arifin, and M. Hufron, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan,Harga Dan Promosi Tehadap Kepuasan Pelanggan Grabfood,” *J. Ilm. Ris. Manaj.*, vol. 8, no. 09, pp. 77–90, 2019.
- [6] Y. L. . Rehatalanit, “Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis,” *J. Teknol. Ind.*, vol. 5, no. 0, pp. 62–69, 2021, [Online]. Available: <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
- [7] R. F. Farras and S. B. C. Budy Cahya, “Pengaruh E-Service Quality Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Shopee-Food (Studi Pada Mahasiswa Aktif Feb Unesa),” *J. Pendidik. Tata Niaga*, vol. 10, no. 1, 2022.
- [8] A. Firdaus, A. Sobarna, and F. E. Azel, “Inovasi Layanan dan Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce: Peran dari Customer Value Creation,” *Pros. Ind. Res.*, pp. 4–5, 2021, [Online]. Available:

- <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2832/2211>
- [9] Abdul Gofur, “1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap,” *J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. Uniat*, vol. 4, no. 1, pp. 37–44, 2019.
- [10] H. Rohaeni and N. Marwa, “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan,” vol. 2, no. 2, pp. 312–318, 2018.
- [11] A. Juhria, N. Meinitasari, F. I. Fauzi, and A. Yusuf, “Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee,” *J. Manaj.*, vol. 13, no. 1, pp. 55–62, 2021.
- [12] Y. Prananda, D. R. Lucitasari, and M. S. Abdul Khannan, “Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan,” *Opsi*, vol. 12, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.31315/opsi.v12i1.2827.
- [13] D. Drewery and R. McCarville, “Service quality,” *Routledge Handb. Consum. Behav. Hosp. Tour.*, vol. 6, no. 1, pp. 99–106, 2018, doi: 10.4324/9781315659657-13.
- [14] H. Baber, “E-Servqual and Its Impact on the Performance of Islamic Banks in Malaysia from the Customer’s Perspective,” *J. Asian Financ. Econ. Bus.*, vol. 6, no. 1, pp. 169–175, 2019, doi: 10.13106/jafeb.2019.vol6.no1.169.
- [15] F. Li, H. Lu, M. Hou, K. Cui, and M. Darbandi, “Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality,” *Technol. Soc.*, vol. 64, no. July 2020, p. 101487, 2021, doi: 10.1016/j.techsoc.2020.101487.
- [16] D. Tarmidi, S. Mardhatillah, F. Masripah, D. Febriyanto, and T. A. Pribadi, “The Influence Of Product Innovation And Price On Customer Satisfaction In Halodoc Health Application Services During Covid-19 (Survey Of Halodoc App Users In Bandung In 2021),” *Turkish J. Comput. Math. Educ.*, vol. 12, no. 11, pp. 1084–1091, 2021.
- [17] M. Berliana and D. A. Zulestiana, “Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia,” *REMIK (Riset dan E-Jurnal Manaj. Inform. Komputer)*, vol. 4, no. 2, p. 11, 2020, doi: 10.33395/remik.v4i2.10532.
- [18] P. C. Chesanti and R. Setyorini, “Pengaruh E-Service Quality terhadap

- Kepuasan Pelanggan sebagai Pengguna Aplikasi.... (Puspa Chairunnisa Chesanti,dkk) Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi Pln Mobile The Effect Of E-Service Quality On Customer S,” *J. Penelit. Pendidik.* , no. Jonathan 2013, 2018.
- [19] P. Daryanti and M. S. Shihab, “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Konsep E-Servqual (Studi Kasus Pelanggan Shopee),” *J. Entrep. Manag. Ind.*, vol. 2, no. 3, pp. 120–127, 2019, doi: 10.36782/jemi.v2i3.1915.
- [20] A. P. Rahayu, H. B. Santoso, and S. Rahayuningsih, “Analisa Kepuasan Sistem Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan E-Servqual,” *Jati Unik J. Ilm. Tek. dan Manaj. Ind.*, vol. 2, no. 1, p. 55, 2019, doi: 10.30737/jatiunik.v2i1.387.
- [21] M. I. Rosyid, M. Ariyanty, and K. Kusumahadi, “Pengaruh E-Servqual dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BCA Di Bandung,” *E-Proceeding Manag.*, vol. 6, no. 3, pp. 5557–5566, 2019.
- [22] P. Kualitas and L. Digital, “(*) Dosen Tetap FEB USNI Program Studi Manajemen Aldy Ardiansyah , Agus Wahyono *),” vol. 6, no. 1, pp. 21–33, 2021.
- [23] D. Pranasari and A. N. Sidqi, “Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius,” *J. Akunt. dan Manaj.*, vol. 18, no. 02, pp. 12–31, 2021, doi: 10.36406/jam.v18i02.438.
- [24] S. Yulianci, Gunawan, Aris Doyan, and Fenny Febriyanti, “Pengaruh Gaya Belajar Terhadap Penguasaan Konsep Fisika Siswa Pada Materi Besaran dan Pengukuran,” *J. Pendidik. Mipa*, vol. 9, no. 2, pp. 123–127, 2019, doi: 10.37630/jpm.v9i2.236.
- [25] N. M. Janna, “Variabel dan skala pengukuran statistik,” *J. Pengukuran Stat.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–8, 2020.
- [26] K. Qurratu and D. Sari, “Yume : Journal of Management Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood Abstrak,” vol. 5, no. 2, pp. 265–272, 2022.

- [27] K. K. Rafiah, “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia,” *Al Tijarah*, vol. 5, no. 1, p. 46, 2019, doi: 10.21111/tijarah.v5i1.3621.
- [28] M. Ibrahim and S. M. Thawil, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen,” *J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 4, no. 1, pp. 175–182, 2019, doi: 10.36226/jrmb.v4i1.251.
- [29] T. T. J. M. D. Mambu, “Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano,” *Productivity*, vol. 2, no. 1, pp. 79–84, 2021.
- [30] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and A. Malhotra, “E-S-Qual a multiple-item scale for assessing electronic service quality,” *J. Serv. Res.*, vol. 7, no. 3, pp. 213–233, 2005, doi: 10.1177/1094670504271156.
- [31] D. Firmansyah and Dede, “Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review,” *J. Ilm. Pendidik. Holistik*, vol. 1, no. 2, pp. 85–114, 2022, doi: 10.55927/jiph.v1i2.937.
- [32] Y. Septiani, E. Aribbe, and R. Diansyah, “Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru),” *J. Teknol. Dan Open Source*, vol. 3, no. 1, pp. 131–143, 2020, doi: 10.36378/jtos.v3i1.560.
- [33] V. H. Pranatawijaya, W. Widiatry, R. Priskila, and P. B. A. A. Putra, “Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online,” *J. Sains dan Inform.*, vol. 5, no. 2, pp. 128–137, 2019, doi: 10.34128/jsi.v5i2.185.
- [34] D. Purba, “Pengolahan data Penelitian dengan SPSS,” *ULEAD J. E-Pengabdian*, vol. 1, pp. 12–17, 2021, doi: 10.54367/ulead.v1i1.1309.
- [35] N. M. Janna and Herianto, “Artikel Statistik yang Benar,” no. 18210047, 2021.
- [36] B. Darma, “Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas ... - Budi Darma - Google Buku,” *Guepedia*. p. 7, 2021. [Online].

Available:

https://Www.Google.Co.Id/Books/Edition/Statistika_Penelitian_Menggunakan_Spss_U/Acpleaaaqbaj?Hl=En&Gbpv=1&Dq=Uji+Validitas+Merupakan&Pg=Pa7&Printsec=Frontcover%0ahttps://Www.Google.Co.Id/Books/Edition/Statistika_Penelitian_Menggunakan_Spss_U/Acpleaaaqbaj?

- [37] D. A. N. N. Dewi, “Modul Uji Validitas Dan Hormonal,” *Univ. diponegoro*, no. October, p. 14, 2018, [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/328600462>
- [38] K. Pramuaji and A. Loekmono, “Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian : Questionnaire Empathy,” *J. Ilm. Bimbing. Konseling Undiksha*, vol. 9, no. 2, pp. 74–78, 2018, doi: 10.24036/XXXXXXXXXX-X.
- [39] N. K. Arkarina, A. W. Widodo, and M. T. Furqon, “Implementasi Regresi Linier Berganda Untuk Prediksi Jumlah Peminat Mata Kuliah Pilihan,” *J. Pengemb. Teknol. Inf. Dan Ilmu Komun.*, vol. 3, no. 11, pp. 10462–10467, 2019.
- [40] B. A. Wisudaningsi, I. Arofah, and K. A. Belang, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda,” *Statmat J. Stat. Dan Mat.*, vol. 1, no. 1, pp. 103–116, 2019, doi: 10.32493/sm.v1i1.2377.
- [41] J. S. Lestari, U. Farida, and S. Chamidah, “Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru,” *ASSET J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 2, pp. 38–55, 2020, doi: 10.24269/asset.v2i2.2388.
- [42] Surasdiman, Gunawan, and I. Kadir, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Pengetahuan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Batu-Batu Kabupaten Soppeng,” *J. Manage.*, vol. 2, no. 1, 2019.
- [43] M. Aditya Achmad Fathony, S.E., M.M., Ak., CA., CTA. and S. A. Yulianti Wulandari, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Pt.Perkebunan Nusantara Viii Aditya,” *J. Ilm. Akunt.*, vol. 11, no. 1, pp. 43–54, 2020.
- [44] I. Razak, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap,” *J. Manaj. Bisnis*

Krisnadwipayana, vol. 7, no. 2, pp. 7–8, 2019.

- [45] A. Safitri, E. Kusumastuti, and T. Haryanti, “Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto),” *J. Pustaka Akt. (Pusat Akses Kaji. Akuntansi, Manajemen, Investasi, dan Valuta)*, vol. 2, no. 1, pp. 12–20, 2022, doi: 10.55382/jurnalpustakaaktif.v2i1.137.
- [46] J. Yoo and M. Park, “The effects of e-mass customization on consumer perceived value, satisfaction, and loyalty toward luxury brands,” *J. Bus. Res.*, vol. 69, no. 12, pp. 5775–5784, 2016, doi: 10.1016/j.jbusres.2016.04.174.