

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, H. Q., Ramdan, A. M., & Norisanti, N. (2022). Pengaruh Pemasaran Sosial Media Terhadap Ekuitas Merek Dengan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(2), 1284–1291. Retrieved from <https://doi.org/10.31539/costing.v5i2.2546>
- Alfanni, D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salad Buah Oishiii di Desa Sei Semayang.
- Amalia, P. (2021). Pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kualitas crm.
- Ambarwati, D., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Shopee Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 454–466. Retrieved from <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.1496>
- Anggraini, S., Wolok, T., Juanna, A., & Kusuma, C. A. (2024). Pengaruh Customer Value Dan Kedekatan Emosional Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Bri Cabang Limboto) Terhadap, 7(1), 90–97.
- Aulia, N. D., Saryadi, & Purbawati, D. (2023). Pengaruh Harga Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Reddoorz Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 203–209. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Bintarto, A., Nurwati, E., & Kristiadi, A. A. (2021). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *STIE Pariwisata Internasional*, 5(1), 1322–1338.
- Christanto, Y. A., Farida, N., & Arso, S. P. (2021). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit: Literature Review. *Citizen-Based Marine Debris Collection Training: Study Case in Pangandaran*, 2(1), 56–61.
- Correa, C., Alarcón, D., & Cepeda, I. (2021). “I am Delighted!”: The Effect of Perceived Customer Value on Repurchase and Advocacy Intention in B2B Express Delivery Services - Scopus Q1. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11). Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su13116013>
- databoks. (2023). Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Desmi, R. N., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *YUME : Journal of Management*, 5(1), 16 pages. Retrieved from <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/1751/1160>
- Destianti, V. R., Sitanggang, M., Fachriza, A., & Yusuf, A. (2021). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Kredivo di Karawang. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 273–2

- Ec, D., Imam, S., & Si, M. (2024). IMPLEMENTASI IOT PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA, (April).
- Fadilah, M., & Mardian, I. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Soehendar Coffee, 2(4).
- Fadli, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan, Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pt. Bpr Prima Multi Makmur). *Jurnal Ekonomi Integra*, 11(2), 152. Retrieved from <https://doi.org/10.51195/iga.v11i2.159>
- Fakhrudin, A., & Roellyanti, M. V. (2022). Loyalitas konsumen: Implikasi dari Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kedekatan Emosional. *Keuangan Dan Manajemen*, 18(3), 501–512. Retrieved from <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.10636>
- Fauzi, H. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Majalengka Pelanggan E-Commerce Shopee). *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2), 156–167. Retrieved from <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1801>
- Fidia, H. N., & Harsoyo, T. D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 10(1), 79–103.
- Gunarti. (2020). Program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah pontianak 2020. *Skripsi*, 1–85.
- Hadiyan, M. H. A. G., & Yusuf, R. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Toko NN Garut). *E-Jurnal Manajemen Trisakti School of Management (TSM)*, 3(1), 35–46. Retrieved from <https://doi.org/10.34208/ejmtsm.v3i1.2003>
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253–274. Retrieved from <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>
- 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 Marketplace - Sinta 2. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 567–577. Retrieved from <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.03.02>
- Hidayati, N., & Heryanda, K. . (2022). Pengaruh e-service quality dan harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 1–7.
- Husain, W., Taan, H., & Niode, I. Y. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Az- Zahra Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(3), 894–901.
- Inayah, R. R., & Khasanah, I. (2023). SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Marketplace Lazada di Wilayah Pekalongan), 12, 1–14.
- Irmawati, S., & Noer, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC Sukabumi. *Winter Journal: Imwi*

- Student Research Journal*, 2(2), 47–54. Retrieved from <https://doi.org/10.52851/wt.v2i2.36>
- Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal Fauzi, F., Yusuf, A., & Ekonomi Bisnis Universitas Singaperbangsa, F. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnalmanajemen*, 13(1), 55–62.
- Kaligis, O., Mananeke, L., & Lintong, D. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bank BRI Kantor Cabang Manado Boulevard) The Effect of Customer Value, Atmosphere Room, Quality of Service for Customer Satisfaction (Study Case at Office BRI). *Emba*, 9(1), 1067–1075. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/32687%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/32687/30906>
- Khasanah, N., & Oktiani, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Konsumen Terhadap Kepuasan Layanan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(3), 223–233. Retrieved from <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i3.20>
- Krisnanto, A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 76.
- Kuswibowo, C. (2022). THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER VALUE ON CUSTOMER SATISFACTION AT CELEBRITY FITNESS MARGO CITY, 8(2), 313–323.
- Loanda, S., & Evyanto, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT .Monang Sianipar Abadi Cabang Batam. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 4(4), 191–196.
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. Retrieved from <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Mayasari, N., & Anasrulloh, M. (2023). PENGARUH HARGA DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA LAYANAN GRABFOOD PADA MAHASISWA (Studi pada Mahasiswa Semester VII Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI). *Jurnal Edueco*, 6(1), 26–36. Retrieved from <https://doi.org/10.36277/edueco.v6i1.147>
- Miftah, M. Z., & Achyani, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Pelanggan, dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota: Studi pada Koperasi Syariah Binama Weleri. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 767–775. Retrieved from <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.5373>
- Munawaroh. (2021). PENGARUH WORD OF MOUTH, PERSEPSI HARGA, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN OJESA DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Ojesa di Bandar Lampung), 1–85.
- Najib, R. G., Dewi, R. S., & Suryoko, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan E-

- Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Lazada di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 347–358. Retrieved from <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34731>
- Normanita, Hidajat Koerniawan, & Yogantari, M. V. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Purchase Behavior terhadap Kepuasan Konsumen di Mediasi Loyalitas Konsumen Pengguna Game Online Mobile Legend Masa Normal Baru Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Dan Komputer*, 7, 445–454.
- Novyantri, R., & Setiawardani, M. (2021). The Effect Of E-Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As A Mediation Variable On Dana's Digital Wallet (Study On Dana Users) Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Medias. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 2(3), 49–58. Retrieved from <https://ijabo.a3i.or.id>
- Paputungan, T., Tamengkel, L. F., & Punuindong, A. Y. (2022). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Kotamobagu. *Productivity*, 3(2), 181–186.
- Paturusi, A. F., & Rahmawati, R. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kfc Cabang Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen ...*, 4(7), 2781–2789. Retrieved from <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JIMM/article/view/1156>
- Puspitaningrum, D. H., & Immanuel, F. T. (2024). Pedagang Digital Kolaborasi Tiktok Shop dan Tokopedia. *Tahun 2024 ETIC (EDUCATION AND SOCIAL SCIENCE JOURNAL)*, 1(2), 50–54. Retrieved from <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping - Sinta 2. *Heliyon*, 5(10), e02690. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Safina, W. D., & Sitorus, H. F. (2024). DETERMINAN KEPERCAYAAN PELANGGAN PADA TOKOPEDIA, 6(1), 152–158.
- Sajidah, R. S., & Aulia, P. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Grabfood. *ProBank*, 6(2), 179–191. Retrieved from <https://doi.org/10.36587/probank.v6i2.1019>
- Sembiring, S., & Suhardi. (2024). Pengaruh Kepercayaan , Promosi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian pada Grabfood di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 6(1), 37–50.
- Septiani, R., & Nurhadi, N. (2020). Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 10(2), 249. Retrieved from <https://doi.org/10.12928/fokus.v10i2.2886>
- Sudirjo, F., Ratnawati, Hadiyati, R., Sutaguna, I. N. T., & Yusuf, M. (2023). THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS AND E-SERVICE QUALITY ON BUYING DECISIONS IN ELECTRONIC COMMERCE Ratnawati 2 Politeknik Pertanian Negeri Pangkep 2. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 1(2), 156–181. Retrieved from

- <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suteja, M. I. M., Dwiki, A. I. M., Mardiana, W. P., & Yusuf, S. (2023). Pengaruh Kepercayaan , Nilai Pelanggan , Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Shopee (Studi Pada Pengguna Shopee di Bandar Lampung). *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat 2023*, 230–239.
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada PT. Telkom Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163. Retrieved from <https://doi.org/10.35829/econbank.v3i2.202>
- Wati, I. K., Mumdin, A., & Soma, A. M. (2024). Analisis E-Service Quality Terhadap E-Loyalty : Pengguna Gopay, 05(2), 250–263.
- Wiguna, K. S., & Kuswati, R. (2024). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Penciptaan Nilai pada Kepuasan Pelanggan yang di Mediasi oleh Ekuitas Merek (Studi Brand Fashion H & M Solo Grand Mall), 7(2), 68–87.
- Wulandary, E., Mas'ud, M., Arifin, & Ashoer, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Era Digitalisasi Media Pemasaran Online E-Commerce dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan. *Center of Economic Students Journal*, 6(1), 44–59. Retrieved from <https://doi.org/10.56750/csej.v6i1.568>
- Wungkana, F. A., & Santoso, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Kecantikan Sociolla. *Jurnal Agora*, 9(2), 1–5. Retrieved from <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/11578>
- 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), 1–13. Retrieved from <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/1319>
- Yusuf, M., Fitriyani, Z. A., Abdilah, A., Ardiato, R., & Suhendar, A. (2022). The Impact of Using Bukalapak on Profitability and Consumer Service. *International Journal of Economics*, 30(2), 573. Retrieved from <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/iqtisad/article/view/764>
- ZULUZMI, A. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi, User Experience, Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Tokopedia Di Solo Raya, 1–106. Retrieved from http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6670/1/SKRIPSI_AFIKA_ZULUZMI_195211226.pdf