

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. (2018). pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel rizen kedaton bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
- Arifin, R., & Rachmadi, K. R. (2021). analisis e-service quality, harga dan e-promotion terhadap e-customer satisfaction pada konsumen grabfood selama pandemi covid-19 di kota malang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2).
- Haria, T. T., & Mulyandi, M. R. (2019). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Pengguna Aplikasi Mobile. *Prosiding Seminar dan Lokakarya Kualitatif Indonesia: Pengembangan Budaya Penelitian Menuju Indonesia 4.0*, 135–140. <https://doi.org/10.33510/slki.2019.135-140>
- Haryono, S. (2016). *metode sem untuk penelitian manajemen dengan amos lisrel pls*.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen*, 13.
- Muchlis, Wijayanto, G., & Komita, S. E. (2021). Pengaruh E-Satisfaction dan E-Trust terhadap Repurchase Intention Melalui E-Word of Mouth (E-Wom) sebagai Variabel Intervening E-Commerce Buka Lapak pada Generasi Millennial. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(1). [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7404](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7404)
- Mulyapradana, A., Psi, S., & Lazulfa, A. I. (2018). *Tata Kelola Administrasi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi di PT. BAM Kabupaten Tegal. 1*.
- Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap kepuasan nasabah pengguna bni mobile banking melalui citra bank sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 22(1), 55–63. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v22i1.839>
- Pandusarani, G., Brata, A. H., & Jonemaro, E. M. A. (2018). *Analisis User Experience Pada Game Cs:Go Dengan Menggunakan Metode Cognitive Walkthrough Dan Metode Heuristic Evaluation*.
- Permana, H., & Djatmiko, T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Bandung. *SOSIOHUMANITAS*, 20(2), 64–78. <https://doi.org/10.36555/sosiohumanitas.v20i2.112>

- Rahmalia, P., & Chan, S. (2019). *pengaruh service quality dan e-service quality terhadap customer satisfaction yang dimediasi oleh perceived value pada pelanggan pt tiki jalur nugraha ekakurir (jne) di kota banda aceh*. 10(1).
- Rizky, V., Lathif Mardi Suryanto, T., & Maya Safitri, E. (2021). Analisis User Experience Pengguna Aplikasi KAI Access Berdasarkan Alat Ukur Heart Metrics. *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, 2(2), 244–254. <https://doi.org/10.33005/jifosi.v2i2.263>
- Santika, I. W., & Pramudana, K. A. S. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel Di Bali. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 278–289. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.35>
- Saragih, M. G. (2019). *pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty melalui e-satisfaction (studi pada pelanggan toko online shopee di kota medan)*. 3(1).
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). *pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online bukalapak.com*. 03.
- Sujarweni, V. W. (2021). *pengembangan model pelatihan akuntansi dalam upaya peningkatan kompetensi keuangan pada pelaku umkm di sleman yogyakarta*. 10.
- Tobagus, A., & Siwalankerto, J. (2018). *pengaruh e-service quality terhadap e-satisfaction pada pengguna di situs tokopedia*. 6(1).
- Trisya, R. (2016). *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Nilai Jasa yang Diterima dan Kepuasan Konsumen (Studi Empiris: Aplikasi GO-JEK)*. 5.
- Valentina, R. A. N. (2020). *pengaruh e-satisfaction terhadap e-loyalty dengan trust sebagai variable intervening pada aplikasi fintech ovo*.
- Wijiutami, S. S., & Octavia, D. (2017). *pengaruh e-service quality terhadap e-satisfaction serta dampaknya pada e-loyalty pelanggan e-commerce c2c di kota jakarta dan bandung*.
- WIBASURI, A., BANGSAWAN, S., MS, M. & RIBHAN, R. 2018. Determinants of Attitude Tourist in E-Tourism Usage. *International Journal of Engineering & Technology*, 7, 6044-6050.