

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Kedua. Rineka Cipta. Jakarta.
- Asadpoor, A. A. 2017. Of Electronic Service Quality On Customer Satisfaction and Loyalty Saderat Bank's Customers Saeedeh
- Akhmadi dan Martini 2020, Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo
- Engel, F. James dan Roger D. Blackwell, 1994, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid 2, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih bahasa Yati Sumiharti. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hurriyati, Ratih. 2017, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Ho, C. I. & Lee, Y. L. 2007. The development of an e-travel service quality scale. *Tourism Management*, 28(6), 1434–1449.
- Hidayat dan Sunaryo 2020, Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Aplikasi Go-Jek Di Kota Malang)
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2. Edisi 12. PT Indeks. New Jersey.
- Kotler, Philip., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management. Journal of Global Marketing* (14th ed.). Pearson
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary . (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih bahasa Bob Sabran M.M. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat, 2017, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari Ani, dan Edy Yulianto. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi". *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*
- Muzahid Akbar, Mohammad dan Noorjahan Parvez, 2015, "Impact Of Service Quality, Trust, And Customer Satisfaction On Customer Loyalty". *ABAC Journal Vol. 29, No. 1 p. 24-38*

- Mayos Likumahwa, 2020, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi
- Munisih, S. dan E. Soliha. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Apotek Dela Semarang. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
- Nasution, M.N., 2012. *Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management*, Edisi Kedua. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Oliver, Riscrd L, 1997, Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer. McGraw-Hill Education, Singapore.
- Peter, Paul dan Jerry. C. Olson. 1996. *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*, Edisi 9 terjemahan. Salemba Empat: Jakarta.
- Riduwan & Kuncoro Engkos Achmad 2006, *Analisis Jalur*, Cetakan Pertama, Alfabeta, Bandung.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 2006. Metode Penelitian Survei, Jakarta: LP3ES.
- Sekaran, Uma, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, Masri dan Effendi Sofian ed. 2006, *Metodologi Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.
- Suryabrata Sumadi, 2010, *Metodologi Penelitian*, Cetakan Kesembilan, Rajawali Pers, Jakarta.
- Sunarto. Prayitno,, 2017. Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu. Depok: PT. Raja Grafindo Persada
- Septiani 2020, Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Yogyakarta).
- Tjiptono, Fandy, 2017, Strategi Pemasaran, penerbit: Andi offset, Edisi Kedua, Cetakan Kelima, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2015, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: ANDI Andi offset, Edisi petama, Cetakan kedua, Yogyakarta.
- Vicramaditya 2021, Pengaruh kualitas layanan elektronik, kualitas informasi dan persepsi nilai terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan ojek online
- Yang, F. (2004). Online service quality dimensions and their relationships with satisfaction: A content analysis of customer reviews of securities brokerage services. *International Journal of Service Industry Management*, 15(3), 302-326.

Yang, Z. J. (2004). Measuring customer perceived online service quality Scale development and managerial implications. *International Journal of Operations & Production Management*, 24(11), 1149-1174.