

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, A., Rahman, O., & Khan, M. N. (2017). Exploring the role of website quality and hedonism in the formation of *e-satisfaction* and *e-loyalty*: Evidence from internet users in India. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Aminsyah, I., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh Website Quality, E-trust, E-satisfaction Dan Switching Barriers Terhadap E-loyalty (studi Pada Pengguna Itemku. com). *eProceedings of Management*, 6(2).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gujarati, D.N.,2012, *Dasar-dasar Ekonometrika*, Terjemahan Mangunsong, R.C., Salemba Empat, buku 2, Edisi 5, Jakarta
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/12/go-jek-aplikasi-transportasi-online-paling-banyak-digunakan>. Dikutip pada 27 Agustus 2021
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>. dikutip pada 23 Agustus 2021.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/12/berapa-rata-rata-pengeluaran-bulanan-konsumen-digital-selama-corona>. Dikutip pada 27 Agustus 2021
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/grab-dan-gojek-layanan-transportasi-online-paling-sering-digunakan-masyarakat>. Dikutip pada 27 Agustus 2021.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/12/penetrasi-internet-indonesia-urutan-ke-15-di-asia-pada-2021>. Dikutip pada 23 Agustus 2021.
- <https://news.detik.com/berita/d-3498757/ragam-keluhan-pengguna-transportasi-online-di-indonesia>. Dikutip pada 19 November 2021
- <https://www.bps.go.id/publication/2019/11/29/0328ba9a85b461816e917291/index-pembangunan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-2018.html>. Dikutip pada 23 Agustus 2021.
- <https://www.tek.id/tek/gojek-rebranding-dan-kalahkan-grab-soal-pengguna-aktif-bulanan>. Dikutip pada 15 Oktober 2021.

- Kaur, B., Kaur, J., Pandey, S. K., & Joshi, S. (2020). *E-service quality: Development and Validation of the Scale*. *Global Business Review*, 0972150920920452.
- Kaya, B., Behraves, E., Abubakar, A. M., Kaya, O. S., & Orús, C. (2019). The moderating role of website familiarity in the relationships between e-service quality, e-satisfaction and e-loyalty. *Journal of Internet Commerce*, 18(4), 369-394.
- Kotler, P. & Keller, K.L. *Manajemen Pemasaran Edisi ke 12, Bahasa Indonesia Jilid 1* Jakarta: Erlangga, 2012.
- Putra, I. G. N. K. S., & Dewi, L. K. C. (2019). Pengaruh Brand Image Dan E-service quality Terhadap Customer Satisfaction Serta Loyalitas Pengguna Aplikasi Gojek Di Tabanan. *Journal of Applied Management Studies (JAMMS)*, 1(1), 39-48.
- Rachman, A. A. (2021). PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI VARIABEL PENGHUBUNG *E-SATISFACTION* (Studi Kasus: Pelanggan Traveloka di Surabaya). *Jurnal Sosial Ekonomi dan Politik (JSEP)*, 2(3).
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Tjiptono, F. 2019. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). The effect of *E-service quality*, *E-trust*, Price and Brand Image Towards E-satisfaction and Its Impact on E-loyalty of Traveloka's Customer. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 1061-1099.
- Wuisan, D. S. (2021). Pengaruh e-service quality dan food quality terhadap customer loyalty pengguna GoFood Indonesia yang dimediasi oleh perceived value dan customer satisfaction. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(1).