

DAFTAR PUSTAKA

- Abaharis, H., & Yusra, S. S. (2022). Pengaruh Product, Price, Place, Promotion Dan Selebgram Terhadap Keputusan Berbelanja Online Produk Fashion Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Padang)
- Ahdiat, A. (2025, November 14). Pengunjung Situs Shopee, Tokopedia, dan Lazada Meningkat pada Oktober 2025. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/6916c3b5c16dc/pengunjung-situs-shopee-tokopedia-dan-lazada-meningkat-pada-oktober-2025>, diakses pada Rabu, 19 November 2025, pukul 18.23 WIB.
- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 708-720.
- Arifin, R., & Rachmadi, K. R. (2021). Analisis E-Service Quality, Harga dan E-Promotion Terhadap E-Customer Satisfaction. *Inkubis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 133-151.
- Asmayanti, A., Syam, A., Jufri, M., Sudarmi, S., & Nurhikmah, A. R. (2024). Analisis tingkat Cutomer Loyalty Generasi Milenial dan Gen Z terhadap Brand pada Konsumen Online Shop di Kota Makassar. *YUME: Journal of Management*, 7(2), 612-616.
- Atmojo, J. J. T., & Widodo, T. (2022). Pengaruh e-service quality terhadap e-customer loyalty melalui e-customer satisfaction sebagai variabel intervening pada aplikasi Tiket. com. *Jurnal Manajemen*.
- Ayaumi, R. S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Customer experience Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Pesan Antar Gofood Saat Pandemi Covid-19 Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 181.
- Budiman. (2022). Profil Pengguna E-commerce (Studi di Wilayah Kerja Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Medan). *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, 18(2), 137-148.
- Calvin, C., Listiana, E., Shalahuddin, A., Fitriana, A., & Ahmadi, A. (2025). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Customer loyalty dengan Customer Engagement dan Customer satisfaction sebagai Mediasi (Studi Pada Samsung Store). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 4(6), 633-655, ISSN 2964-206X, PT. Sanskara Karya Internasional, <https://doi.org/10.58812/jmws.v4i06.2277>
- Clarissa, P. C. C., Susanti, M. S., Awalni, H. L. A., Rasyada, R. R., Saputri, R. M. S., & Syafrini, D. (2025). Perubahan Sosial Akibat Migrasi dari Belanja Tradisional ke Ekosistem Digital: Pasar Raya Kota Padang. *Social Empirical*, 2(1), 274-281.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Dewi, N. P. K., & Ramli, A. H. (2023). E-service quality, e-trust dan e-customer satisfaction pada e-customer loyalty dari penggunaan e-wallet OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 321-338. Erlangga, B., & Setiawan, E.

- (2025). Pengaruh Customer experience terhadap Customer satisfaction pada Pengguna Tokopedia (Studi Kasus pada Pengguna Tokopedia). *INOVASI*, 12(1), 114-129, ISSN 2598-4950, Universitas Pamulang, <https://doi.org/10.32493/inovasi.v12i1.p114-129.47445>
- Fajarwati, F., Lesmana, A. Y., & Azizah, R. (2026). Pengaruh E-Trust, E-Satisfaction, dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Bank BSI Bandar Lampung. *Journal of Innovation, Finance, Management, and Accounting*, 2(1), 45-56.
- Fauziah, F. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan. *Abiwar: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 45-53.
- Fauziah, R. Z., Mas, N., & Dewi, D. C. (2025). Pengaruh Pengalaman dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas yang dimediasi Kepuasan Pelanggan: Studi pada Konsumen Warmindo “X” di Kota Malang. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(3), 298-309.
- Febriani, F. R., & Cahya, S. B. (2022). Pengaruh E-service quality dan Sales promotion terhadap keputusan menggunakan fitur Shopee-Food (Studi pada mahasiswa aktif FEB UNESA). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(2), 1658-1668.
- Fedri, R., & Indrayani, T. I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Padang Dalam Memilih Aplikasi Bukalapak, Shopee Dan Tokopedia Dimasa Pandemi Covid19. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(1).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi ke -9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 4.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hair Jr., Hult, Ringle, & Sarstedt. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Springer. – untuk teori measurement model & structural model yang kuat.
- Handayanti, D. N., & Indarto, M. R. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Intervening Pada Pengguna E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 93-93.
- Hasman, H. C. P., Amelia, W. R., Alfito, & Salqaura, S. A. (2023). Factors influencing Gen Z's e-loyalty in shopping on e-commerce. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia sAdministration (IJEBAS)*, 3(4), 1183–1188. <https://radjapublika.com/index.php/IJEBAS>
- Helin, H., & Fadli, M. (2025). Pengaruh Social Media Marketing dan Customer experience terhadap Customer loyalty pada Kedai Kopi Yong Bengkalis

- Pekanbaru. E-BISNIS: JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS, 18(1), 300-314.
- Ibrahim, A., Elisa, F. S., Fernando, J., Salsabila, L., Anggraini, N., & Arafah, S. N. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi MyTelkomsel. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 3(3), 302-311.
- IPSOS: Shopee Kuasai Indikator Kepuasan Konsumen dalam Belanja Online". (2024, Juni 24). CNBC Indonesia. IPSOS: Shopee Kuasai Indikator Kepuasan Konsumen dalam Belanja Online, diakses pada Kamis, 12 Desember 2025, pukul 16.10 WIB.
- Iskandar, S. A. (2025). Perkembangan E-commerce di Indonesia: Regulasi dan Tantangannya. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 3(4).
- Jatmiko, L. D. (2025). Shopee Raup Pendapatan Rp71,97 Triliun Kuartal III/2025, Tumbuh 34,9% YoY. Diakses pada 22 November 2025, dari https://teknologi.bisnis.com/read/20251118/84/1929713/shopee-raup-pendapatan-rp7197-triliun-kuartal-iii2025-tumbuh-349-yoy#goog_rewarded
- Jumawar, E., & Nurmartian, E. (2021). Pengaruh Customer experience Dan Customer Value Terhadap Customer loyalty Indihome (Pada Pelanggan Indihome Area Gegerkalong). *Journal Competency of Business*, 5(2), 102-111.
- Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia. *Prologia*, 4(2), 280-287.
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer experience dan service quality terhadap Customer loyalty: Customer satisfaction sebagai variabel mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 191-204.
- Lantang, L., & Keni, K. (2022). Pengaruh Service Quality dan Customer experience terhadap Loyalitas Nasabah Bank di Jakarta: Trust sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(3), 231-236.
- Lestari, I. W. (2025, 18 Agustus). Daftar E-commerce Paling Sering Diakses 2025, Shopee Masih Juara. <https://goodstats.id/article/e-commerce-paling-sering-diakses-2025-shopee-masih-juara-wyZqk>, diakses pada Rabu, 15 Oktober 2025 pukul 15.50 WIB.
- Lim, J. W. A., Deli, D., & Adnas, D. A. (2025). Analisis Aplikasi E-Commerce pada Generasi Z dengan Pendekatan System Usability Scale: Analysis of E-Commerce Applications in Generation Z with the System Usability Scale Approach. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 5(2), 645-655.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2018). *Essentials of services marketing* (3rd ed.). Pearson.
- Mahmudah, Siti, N., Kurniawan, Bayu, & Nastiti, Prianka, R. (2025). Pengaruh Experiential Marketing dan Customer Value terhadap Customer loyalty melalui Customer satisfaction. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 4(3), 66-79, ISSN 2809-6037, Politeknik Pratama Purwokerto, <https://doi.org/10.55606/jempper.v4i3.4988>

- Marcellino, C., & Evangelista, L. (2024). Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Image Terhadap E-Customer Loyalty Yang Dimediasi Oleh E-Customer Satisfaction Pengguna E-Commerce Traveloka Di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 10(1), 209-225.
- Membangun Pengalaman Pelanggan (Customer Experience). (2024, Februari 13). seller.shopee. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/17674>, diakses pada Kamis, 12 Desember 2025, pukul 16.44 WIB
- Mutiara, Dwi R., & Arini, E. (2025). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Satisfaction Terhadap Minat Menggunakan Jasa Salon Cleopatra Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, 6(2), 497-505, ISSN 2721-5415, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, <https://doi.org/10.36085/jems.v6i2.8331>
- Nadia, Elsa, Fadhillah, Muinah, & Cahya, Agus Dwi (2025). The Effect Of Brand Experience And Perceived Value On Customer loyalty Dimediated By Customer satisfaction On Wardah Skincare. *Equity: Jurnal Ekonomi*, 13(2), 12-23, ISSN 2721-6721, Universitas Bangka Belitung, <https://doi.org/10.33019/equity.v13i2.448>
- Napitupulu, C., Nasution, I. W. F., Girsang, W., & Harahap, L. M. (2025). Peranan ekonomi digital dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(04), 339-346.
- Nasrulloh, A. F., & Firmansyah, F. (2024). Pengaruh E-Service Quality dan Price terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2).
- Ningsih, A., & Hurnis, D. (2023). Pengaruh customer experience, customer expectation terhadap customer satisfaction dan customer loyalty D' Besto Chicken & Burger. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 2219-2229.
- Ningsih, K. S. W., & Sutedjo, B. (2024). Pengaruh customer value dan Customer experience terhadap purchase intention dan terhadap Customer satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 339-352.
- Noersyifa, D. A., & Marliani, L. E. (2025). Pengaruh Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction Pada Warunk Upnormal Di Kota Bandung. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 9(2), 1154-1164.
- Novitasari, G. R., & Marlian, L. E. (2025). The influence of e-service quality and e-trust on e-loyalty mediated by e-customer satisfaction among Tokopedia users in Bandung City. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(2).
- Nurjanah, F., Hutabarat, E., & Hernidatiatin, L. (2025). E-Service Quality at Livin' by Mandiri Users: The Mediating Role of E-Customer Satifaction on E-Customer Loyalty. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(1), 7907-7919. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i3.6964>

- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh kepercayaan (trust) dan kualitas pelayanan online (E-Service Quality) terhadap keputusan pembelian online shop Bukalapak. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 5(1), 11-21.
- Nusron, A., & Subadar, A. A. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Customer experience Terhadap Customer loyalty Melalui Repurchase Intention (Study Kasus Pengguna Platfrom E-commerce Shopee di Kota Pasuruan). *Transparan*, 15(2), 1-15.
- Pandey, P., & Pandey, M. M. (2015). *Research methodology: Tools and techniques*. Bridge Center.
- Pasaribu, R. A., Lumbu, H. P., & Teta, B. (2025). Online customer review dan online customer rating: Loyalitas konsumen Gen Z pada e-commerce Shopee di Kota Medan. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 3(4), 311–323. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v3i4.2000>
- Putri, A. K., Miswanto, Biyanto, F., Siregar, B., & Endarwati. (2025). Pengaruh perceived security, customer experience, dan customer satisfaction terhadap repurchase intention di platform Shopee (studi pada mahasiswa di Kota Yogyakarta). *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 106–125.
- Prasetyaningtyas, S., Natalia, C., & Utami, T. (2022). Factors affecting Gen Z work performance: Case study from e-commerce industry in Jabodetabek. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 8(1), 12-12.
- Prashella, D. A., Kurniawati, K., Fachri, H., Diandra, P. K., & Aji, T. (2021). Corporate Social Responsibility Terhadap Customer loyalty Yang Dimediasi Oleh Electronic Service Quality, Trust Dan Customer satisfaction Pada Industri Perbankan Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(2), 191.
- Pratama, R., & Adriyanto A, T. 2023. Pengaruh Customer experience dan customer value terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel interveningstudi pada pelanggan di bengkel ravi motor juwana –pati. *Jurnal Bisnis dan Manejemen*, Vol. 10 Iss 2 pp241-250
- Pribadhi, Agung, & Soedarsono, Heri (2025). Pengaruh Customer Experience dan Service Quality terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction (Studi pada PT Mega Prakarsa Engineering Indonesia). *JURASIMA*, 3(3), 62-72, ISSN 2987-7962, Universitas Teknologi Surabaya, <https://doi.org/10.33478/jurasima.v3i3.38>
- Prihandani, S. M., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo Di Semarang). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(2).
- Priyatna, E. H., & Agisty, F. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Sociolla. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 104-113.
- Putera, M. T. F. (2024). Pengaruh Layanan Digital Marketing Berbasis Mobile Apps Dan E-Service Quality Terhadap Tingkat Kepuasan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 21(1), 95-110.

- Pusat Data dan Sistem Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan. (2024). Data pengguna e-commerce di Indonesia tahun 2020–2029 (berdasarkan Statista). Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. <https://statista.com>
- Radiansyah, E. (2022). Peran digitalisasi terhadap kewirausahaan digital: Tinjauan literatur dan arah penelitian masa depan. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(2), 828-837.
- Rahman, M Arief & Hapsari, Yulia & Pameli, Alem. (2024). Studi Literatur: Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*. 1. 20-26. 10.59837/jpnmb.v1i1.23.
- Rahmawati, Anisa, & Mulyana, Mulyana (2025). Pengaruh Customer Experience dan e-WOM Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *eCo-Buss*, 8(2), 2120-2135, ISSN 2622-4305, Komunitas Dosen Indonesia, <https://doi.org/10.32877/eb.v8i2.3498>
- Risma, P., Verinita., & Alfitman. (2024). Pengaruh customer experience dan e-service quality pada online re-purchase intention melalui customer satisfaction. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(3), 416-429.
- Rizkiawan, I. K., Putranti, L., & Puspita, D. (2022). Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap e-loyalty dengan e-satisfaction sebagai variabel intervening pada pengguna e-commerce shopee di Surakarta. *Journal of Management and Digital Business*, 2(3), 150-160.
- Sadih, A. N., & Syahputra, S. (2025). Pengaruh Customer experience dan Customer satisfaction terhadap repurchase intention pada aplikasi Shopee di Kota Bandung. Universitas Telkom.
- Safitri, A., Zahroh, F., Naufaliadi, R., Nugroho, R. T., Sofyan, M., Rahmawati, N. F., & Maulina, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Customer experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Sofyan Frozen. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 470-478.
- Santika, E, F. (2024, Juni 8). Proporsi Responden Gen Z dan Milenial Terhadap E-commerce yang Digunakan (Maret 2024). <https://databoks.katadata.co.id/e-commerce/statistik/887c3d33f84f194/shopee-e-commerce-yang-paling-diandalkan-gen-z-dan-milenial-indonesia>, diakses pada 6 November 2025, pukul 18.19 WIB.
- Saputro, A. W., & Utomo, H. (2023). Pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty dengan brand image dan e-satisfaction sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 197-212.
- Sari, Mutia & Rachman, Habibur & Astuti, Noni & Afgani, Muhammad & Siroj, Rusdy. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*. 3. 10-16. 10.47709/jpsk.v3i01.1953.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons Ltd.

- Simanjuntak, D. C. Y., & Purba, P. Y. (2020). Peran mediasi Customer satisfaction dalam Customer experience dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(2).
- Simatupang, A. J., & Lestari, I. (2025). Pengaruh Customer experience dan E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Customer satisfaction pada Pengguna Aplikasi Dana. *Economics, Business and Management Science Journal*, 5(2), 363-369.
- Sinurat, A. E. T., Ramli, A. H., & Purnomo, S. H. (2024). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, E-Customer Satisfaction Terhadap E-Customer Loyalty Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(3), 80-102.
- Soeleha, Siti, Putri, Yulia, H., & Rosa, Aslamia (2025). Pengaruh E-Wom dan E-Servqual Terhadap Keputusan Pembelian Makanan pada Grabfood di Kota Palembang. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(2), 313-326, ISSN 2963-5292, Universitas Maritim AMNI Semarang, <https://doi.org/10.58192/profit.v4i2.3440>
- Sukarno, H. F., Arifianti, R., & Hakim, R. M. A. (2024). Peran Customer satisfaction sebagai variabel mediasi pada pengaruh Customer experience terhadap brand loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 474-500.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis pengaruh pengalaman merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek. *Modus*, 32(1), 25-41.
- Susanti, R., & Cerya, E. (2024). Pengaruh E-commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 25747–25754. ISSN 2614-6754 (print), ISSN 2614-3097 (online).
- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 12(1), 36-44.
- Utami, R. B., & Padmantyo, S. (2024). Peran pengalaman pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan, citra merek terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(2), 1042-1063.
- Venessya, J., & Sugiyanto, S. (2023). Pengaruh Customer experience dan Customer Value terhadap Repurchase Intention melalui Customer satisfaction pada Spotify Premium.
- Wijaya, F., & Tjokrosaputro, M. (2024). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi Customer loyalty pada kafe di Batam: Customer satisfaction sebagai mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(3), 533-547.
- Wismiyanti, Rizki, K., Perdana, Tito, A., Aqmala, Diana, & Anomsari, A. (2025). E-Service quality dan price terhadap Customer loyalty pengguna Gofood: Peran mediasi Customer satisfaction pada Mahasiswa FEB Universitas Dian

- Nuswantoro. *Journal of Management and Digital Business*, 5(1), 397, ISSN 2797-9555, Nur Science Institute, <https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i1.1570>
- Widodo, T. (2022). Pengaruh e-service quality terhadap e-customer loyalty melalui e-customer satisfaction sebagai variabel intervening pada aplikasi Tiket. com. *Jurnal Manajemen*.
- 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).
- Yesidora, A. (2024, September 25). Riset: TikTok Shop dan Shopee Kuasai Pasar Gen Z. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/66f3eff8640e1/riset-tiktok-shop-dan-shopee-kuasai-pasar-gen-z>, diakses pada Kamis, 6 November 2025, pukul 18.07 WIB.
- Zaman, S. N. (2024). Survey Deloitte: Kekhawatiran Gen Z dalam Hidup. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(1), 54-62.
- Zhang, X., & Li, F. (2025). SERVQUAL Based Online Store E-Commerce Service Quality Evaluation Model. *Procedia Computer Science*, 262, 604-611.

