

DAFTAR PUSTAKA

- Afia, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Transaksi terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Online Shop Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo). Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Aladwani, A. M., & Palvia, P. C. (2002). Developing and validating an instrument for measuring user-perceived web quality. *Information & Management*, 39(6), 467-476.
- Al Amin, M. (2014). Satisfaction, Kualitas Informasi, dan Kualitas Sistem Informasi terhadap Kinerja Karyawan dengan Mediasi Kepuasan Pengguna Sistem. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 12(1), 97-109.
- Amalia, S. (2021) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Gojek di Kota Surabaya
- Andriani, F. (2021) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Gojek di Kota Jakarta
- Anggraeni, M. (2022). Pengaruh Kepuasan Pengguna terhadap Loyalitas pada Aplikasi OLX di Kota Malang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Ardiansyah, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Mamikos di Kota Bandung.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Agustina dan Djati Julitriarsa. 2021. Pengaruh pengalaman Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pembelian Produk Skincare Di E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis* 2(2):287–300
- Berlianto, M. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan-E Kepuasan-E Dan Kepercayaan-E Terhadap Kesetiaan-E Pada Gojek. *Business Management Journal*, 13(1).
- Bungin, B. (2007). *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cahyani, N. K. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Channel Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto (Tesis, IAIN Ponorogo). IAIN Ponorogo.
- Cahyadi T. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan: (Studi Pada Pelanggan Belanja Toko Online di Kota Semarang). Master's thesis, Universitas Islam Sultan Agung, Indonesia.
- de Fatima Carvalho, H., de Sousa Saldanha, E., & Amaral, A. M. (2020). The Mediation Effects of Customer Satisfaction on the Relations Between Product Price, Service Quality and Purchasing Decision. *Timor Leste Journal of Business and Management*, 2, 14-26
- Dewi, K. (2021) Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan

terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Gojek di Kota Malang

- Emaluta, F., & Soewarno, N. (2019). The effect of customer relationship management (CRM) to customers' loyalty and customers' satisfaction as mediator variables. *Jurnal AKSI (Akuntansi Dan Sistem Informasi)*, 4(2).
- Fadhilah, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Lazada di Kota Jakarta
- Fajar, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Traveloka di Kota Surabaya.
- Fatmawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Blibli di Kota Jakarta.
- Febriana, D. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Shopee di Kota Bandung.
- Flores, A.F. (2020). *The Medication Effect of Custoeer Satisfaction on the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty*. Dili Institute of Technology. Vol 2 (2020): Timor-Leste Journal of Business and Management
- Ginting, Y., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 329-340.
- Gunawan, L. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening di Toko Bintang Terang.
- Hakim, R. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Surabaya.
- Hidayat, F. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Blibli di Kota Surabaya.
- Jannah, R. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Gojek di Kota Bandung.
- Khawaja, Lama. (2021). *The Mediating effect of customer satisfaction in relatinship with service quality, corporate social responsibility, perceived quality and brand loyalty*. Management Science Letters
- Khakim, L., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima. *Journal of Management*, 1(1).
- Khatoon, S., Zhengliang, X., & Hussain, H. (2020). The Mediating Effect of customer satisfaction on the relationship between Electronic banking service quality and customer Purchase intention: Evidence from the Qatar banking sector. *Sage Open*, 10(2), 2158244020935887
- Kurniawan, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Traveloka di Kota Jakarta.

- Kurniawati, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Grab di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Kerlinger, F. N. (1986). *Foundations of Behavioral Research*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Laura, A. (2018). Mamikos: Aplikasi Kos-Kosan Online yang Mendobrak Cara Mencari Kos. Diakses dari <https://www.mamikos.com/blog/mamikos-aplikasi-kos-kosan>.
- Lestari, P. (2019) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Lazada di Kota Surabaya
- Liu, C., & Arnett, K. P. (2000). *Exploring the factors associated with Web site success in the context of electronic commerce*. *Information & Management*, 38(1), 23-33.
- Laumer, S., Maier, C., & Weitzel, T. (2017). Information quality, user satisfaction, and the manifestation of workarounds: a qualitative and quantitative study of enterprise content management system users. *European journal of information system*, 26(4), 333-360.
- Lie, D., Sudirman, A., Efendi, E., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of mediation effect of consumer satisfaction on the effect of service quality, price and consumer trust on consumer loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 412–428
- Mamikos.com. (n.d.). Fitur Pencarian dan Penyaringan di Website Mamikos.
- Mamikos.com. (n.d.). Tampilan Virtual Tour 360 Derajat.
- Mamikos.com. (n.d.). Aplikasi Pencari Kos Nomor 1 di Indonesia. Mamikos.com. (n.d.). Program Loyalti MamiPoin.
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Ikhsan, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 5(1).
- Muharam, H., Chaniago, H., Endraria, E., & Harun, A. Bin. (2021). E-service quality, customer trust and satisfaction: market place consumer loyalty analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(2), 237–254.
- Nikou, S., & Khiabani, M. M. (2020). Service quality, mediation effect of customer satisfaction, customer loyalty, and moderating role of interpersonal relationship: Case of four-star hotels in Kuala Lumpur, Malaysia. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 19(4), 1-18.
- Nugraha, D. S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*.
- Nurhadi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Lazada di Kota Malang.
- Osman, Z., & Sentosa, I. (2013). Mediating effect of customer satisfaction on service quality and customer loyalty relationship in Malaysian rural tourism. *International Journal of Economics Business and Management Studies*, 2(1), 25-37.

- Patma, T. S., Djajanto, L., Widodo, S., & Rahayu, K. S. (2022, December). The Effect of Information Quality and Experience Quality on Trust and Its Impact on Customer Loyalty. In *3rd Annual Management, Business and Economics Conference (AMBEC 2021)* (pp. 260-268). Atlantis Press
- Pranoto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Traveloka di Kota Bandung.
- Prasetyo, B. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Mamikos di Kota Surabaya.
- Pratiwi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Gojek di Kota Malang.
- Pratama, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Jakarta.
- Peppers, K., Tuunanen, T., Rothenberger, M. A., & Chatterjee, S. (2007). "A design science research methodology for information systems research." *Journal of Management Information Systems*, 24(3), 45-77.
- Prasetyo, B. (2021). Kualitas Informasi dan Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Zalora di Jakarta. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*.
- Pratama, R. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Gojek di Kota Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*
- Purnama, E. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Shopee di Kota Surabaya
- Puspita, R. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Blibli di Kota Malang.
- Putri, F. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Gojek di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Rahmawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Shopee di Kota Jakarta. *Jurnal Teknologi Informasi*.
- Rahmawati, S. (2020) Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung
- Rahmadani, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (Studi pada Merek Apple). *Universitas Muhammadiyah Riau. Journal Vol. 17 No 2 (2022)*
- Ramadhani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Tokopedia di Kota Jakarta.
- Ramli, H. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Lazada di Kota Yogyakarta.

- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2016). The impact of product quality and price on customer satisfaction with the mediator of customer value. *IISTE: Journal of Marketing and Consumer Research*, 30, 59-68
- Saputra, A. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Tokopedia di Kota Malang.
- Saputra, B., & Kurniawati, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Mamikos di Yogyakarta.
- Sari, N. (2019) Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Bukalapak di Kota Surabaya
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Free Press.
- Safrika S. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen dalam Berbelanja Fashion Online di Banda Aceh. *Jurnal Sains Riset*, 8(2), 20-27.
- Santoso, D. (2018). Pengaruh Brand Trust terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Blibli di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Suryani, A. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi OVO di Kota Surabaya. *Jurnal Sistem Informasi*.
- Sarwono, J. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Setiawan, H. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi E-Commerce Lazada di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*.
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan). *Journal of Management*, 2(2).
- Shamsudin, M. F., Yazid, M. F. M., Hasan, S., & Kadir, B. (2020). Review on service quality in fast food restaurant. Customer satisfaction as mediator.
- Solimun, S., & Fernandes, A. A. R. (2018). The mediation effect of customer satisfaction in the relationship between service quality, service orientation, and marketing mix strategy to customer loyalty. *Journal of Management Development*, 37(1), 76-87.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Susiana, Susiana, Sjamsiar Husen, Khusnul Khotimah, Entis Sutisna, and Yendra Yendra. 2021. "Membangun Kepuasan Pelanggan Untuk Mengatasi Gap Antara Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ud. Anwarudin Dan Apms Anwarudin." *The Journal of Business and Management Research* 4(1). doi: 10.55098/tjbmr.v4i1.40.

- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. N. (2017). Customer satisfaction as mediator between website service quality and repurchase intention: An emerging economy case. *Service Science*, 9(2), 106-120.
- Utami W. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik pada Loyalitas Elektronik (Kepuasan Elektronik sebagai Variabel Mediasi dan Kepercayaan yang Dirasakan sebagai Variabel Moderasi). *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 3(6).
- Udayana, B. N. I., Dwi Cahya, A., & Ayu Kristiani, F. (2022). Pengaruh Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada The Praja Coffee & Resto). In *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business* (Vol. 5, Issue 1).
- Fachmi, M., Modding, B., Kamase, J., & Damis, H. (2020). The Mediating Role Of Satisfaction : Life Insurance Customers ' Perspective (Service Quality , Trust And Image Toward Loyalty). *International Journal Of Multicultural And Multireligious Understanding*, 7, 156–170.
- Wahyuni, S. (2020) Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Shopee di Kota Bandung
- Wardana, R. W., & Sriwidodo, U. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(3).
- Widiastuti, F. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Jakarta.
- Wijaya, A. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Shopee di Kota Yogyakarta.
- Wijaya, R. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Bukalapak di Kota Malang
- Widodo, R. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Traveloka di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Yani, M. I., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 443-472.
- Yuliana, T. (2019). Pengaruh Pengalaman Pengguna terhadap Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi Bukalapak di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). *"Service Quality and Information Quality: Critical Success Factors in Electronic Service Quality."* New York: McGraw-Hill