

**LAPORAN PENYUSUNAN ARTIKEL ILMIAH
PENGANTI TUGAS AKHIR**

**TINJAUAN PUSTAKA DAMPAK KEANDALAN *E-SERVQUAL*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM *E-COMMERCE***



**KETUA TIM PENELITI:
INDRA WULAN
C0122516**

**PEMBIMBING I :
ERWIN S.E,M.M
0003098909**

**PEMBIMBING II :
RAHMAT GHAZALI S.E,M,M
0025019501**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2025**

**TINJAUAN PUSTAKA DAMPAK KEANDALAN *E-SERVQUAL*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM *E-COMMERCE***

LAPORAN AKHIR PENELITIAN

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN**

**INDRA WULAN
C0122516**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
SULAWESI BARAT**

MAJENE

2025

HALAMAN PERSETUJUAN PENELITIAN

Judul Penelitian : Tinjauan Pustaka Dampak Keandalan *E-Servqual*
Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam *E-commerce*
Kode>Nama Rumpun Ilmu : 571/Manajemen
Output Penelitian : Jurnal Nasional Terakreditasi

Ketua Peneliti

a. Nama Lengkap : Indra Wulan
b. NIM : C0122516
c. Program Studi : Manajemen
d. Nomor HP : 085696794195
e. Alamat e-mail : indrawulaniwu@gmail.com

Pembimbing Peneliti 1

a. Nama Lengkap : Erwin, S.E.,M.M
b. NIDN : 0003098909
c. Program Studi : Manajemen

Pembimbing Peneliti 2

a. Nama Lengkap : Rahmat Ghazali,S.E.,M.M
b. NIDN : 0025019501
c. Program Studi : Manajemen

Waktu Penelitian : 2 Bulan (4 juni- 21 Juli 2024)
Biaya : Rp. 835.000

Majene, 25 November 2025

Mengetahui :
Pembimbing I,

Pembimbing II,



Erwin, S.E.,M.M
NIDN: 0003098909



Rahmat Ghazali S.E.,M.M
NIDN: 0025019501

Menyetujui :
Koordinator Program Studi




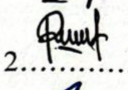


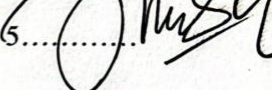
Erwin, S.E., M.M.
NIP.198909032019031013

**Tinjauan Pustaka Dampak Keandalan *E-Servqual*
Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam *E-commerce***

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Indra Wulan
C0122516**

Telah diuji dan diterima Panitia ujian
Pada Tanggal 24 Desember 2025 dan dinyatakan Lulus

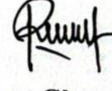
Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1. Erwin, S.E.,M.M	Ketua	1. 
2. Rahmat Ghazali S.E.,M.M	Anggota	2. 
3. Dr. Wahyu Maulid Adha, S.E., M.M.	Anggota	3. 
4. Dr. Nur Fitriayu Mandasari, S.E., M.Si.	Anggota	4. 
5. Dr. Hamsyah, S.E., M.Si.	Anggota	5. 

Telah disetujui Oleh:


Pembimbing I,


Erwin, S.E.,M.M
NIDN: 0003098909

Pembimbing II,


Rahmat Ghazali S.E.,M.M
NIDN: 0025019501

Mengesahkan:
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat


Prof. Dr. Dra. Enny Radjab, M.AB.
NIP:196703251994032001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indra Wulan

Nim : C0122516

Prodi : Manajemen Pemasaran

Judul : Tinjauan Pustaka Dampak Kendalan *E-Servqual* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam *E-Commerce*

Dengan ini saya menyatakan bahwa, penelitian yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu di penelitian ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam penelitian ini, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Majene, 25 November 2025,
Yang Membuat Pernyataan



Indra Wulan
C0122516

ABSTRAK

Indra Wulan, 2025. Tinjauan Pustaka Dampak Keandalan *E-Servqual* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam *E-commerce*. Alternatif pengganti Skripsi (Jurnal Terakreditasi SINTA) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat. Dibimbing oleh Bapak Erwin selaku dosen pembimbing I dan Bapak Rahmat Ghazali selaku dosen pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat ketidakpuasan pelanggan sebesar 84% terhadap kinerja layanan *e-commerce* di Indonesia, dengan menggunakan metode *E-SERVQUAL* sebagai pendekatan populer dalam mengevaluasi kualitas layanan. Penelitian ini penting karena ketidakpuasan pelanggan berdampak langsung pada loyalitas dan keberlanjutan bisnis online.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif melalui tinjauan literatur sistematis dari jurnal ilmiah selama lima tahun terakhir, yang diperoleh melalui platform Google Scholar. Temuan menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan secara konsisten meningkatkan tingkat kepuasan konsumen terhadap platform *e-commerce* yang beragam.

Meskipun bisnis online telah memainkan peran penting dalam pemasaran digital, banyak perusahaan belum memaksimalkan potensinya. Dalam industri yang kompetitif, kualitas layanan menjadi kunci untuk memenangkan hati pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus responsif terhadap tren digital dan memanfaatkan teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan. Penelitian ini memberikan gambaran umum tentang *E-SERVQUAL* dan kepuasan pelanggan, sekaligus merekomendasikan penelitian kuantitatif di masa depan untuk eksplorasi lebih mendalam.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Kinerja Layanan, *E-commerce*, *E-SERVQUAL*.

ABSTRACT

Indra Wulan, 2025. *Literature Review of the Impact of E-Servqual Reliability on Customer Satisfaction in E-commerce. Alternative to Thesis (SINTA-Accredited Journal) Management Study Programme, Faculty of Economics, University of West Sulawesi. Supervised by Mr. Erwin as supervisor I and Mr. Rahmat Ghazali as supervisor II.*

This study aims to analyse the effect of customer dissatisfaction 84% on e-commerce service performance in Indonesia, using the E-SERVQUAL method as a popular approach in evaluating service quality. This research is important because customer dissatisfaction has a direct impact on loyalty and the sustainability of online businesses.

The research method used was qualitative through a systematic literature review of scientific journals over the past five years, obtained through the Google Scholar platform. The findings indicate that consistent improvements in service quality increase consumer satisfaction with various e-commerce platforms.

Although online businesses have played an important role in digital marketing, many companies have not maximised their potential. In a competitive industry, service quality is key to winning customers' hearts. Therefore, companies must be responsive to digital trends and utilise new technologies to improve service efficiency and effectiveness. This study provides an overview of E-SERVQUAL and customer satisfaction, while recommending future quantitative research for further exploration.

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Performance, E-commerce, E-SERVQUAL.*

BAB I

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah memicu lonjakan persaingan bisnis, di mana perusahaan-perusahaan harus berjuang keras untuk mendapatkan pangsa pasar dan menarik pelanggan dengan menawarkan layanan dan produk yang inovatif dan bernilai tambah. Hal ini dapat dilihat dari data (APJII) Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menunjukkan bahwa jangkauan internet di Indonesia telah mencapai 78,19%, dengan 215,62 juta jiwa penduduk dari total 275,77 juta jiwa saat ini terkoneksi internet. Angka ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam akses internet (Kumala, 2022; Puji & Krismanti Tri Wahyuni, 2023; Sholawatunnisa et al., 2024; Yahya & Sugiyanto, M.A. Ph.D, 2020).

Di era digitalisasi konsumen semakin mudah dalam mengakses pemasaran melalui platform *e-commerce*. Pemanfaatan teknologi digital mengefisienkan cara pengguna mendapatkan distribusi produk melalui website belanja. *E-commerce* menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, teknologi digital, teknologi internet atau biasa di sebut dengan ICT (*Information and Communication Technology*) (Dr. Gita Rani Sahu, 2024; Lingga & Syafitri, 2024; Sharma, 2024).

Fakta revolusi digitalisasi saat ini penuh dengan ketidakpastian. Hal ini tentunya berdampak pada peningkatan kebutuhan masyarakat dengan penggunaan internet (*online*) sehingga perusahaan harus mengetahui keinginan konsumen pada saat mengukur standar layanan pada *platform digital* seperti *portal web* dan media sosial lainnya. Perusahaan kebanyakan lebih memilih menjaga pelanggan lama dibandingkan mendapatkan pelanggan baru dimana pelanggan akan lebih

termotivasi melakukan pembelian jika kualitas produk dan layanan jasa baik akan sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pembelian (Parvin et al., 2022; Virima et al., 2019; Wisnel et al., 2022).

Riset menyatakan bahwasanya pelanggan *e-commerce* di Indonesia 84% merasa tidak puas pada kualitas layanan yang diserahkan oleh pengelola *e-commerce* sehingga keyakinan para konsumen *online* di Indonesia masih perlu di perbaiki (Sundjaja et al., 2024). Perusahaan dapat menggunakan beberapa metode untuk mengukur kualitas layanan salah satu diantaranya yaitu metode E-SERVQUAL. Kualitas layanan elektronik (*e-SQ*) adalah salah satu faktor terpenting yang memengaruhi kesuksesan *e-commerce* dan menjadi topik penelitian yang penting, Pengembangan model ini, yang berlandaskan pada *SERVQUAL*, memungkinkan perusahaan *e-commerce* untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi kualitas layanan yang penting bagi pelanggan mereka dan memberikan panduan praktis untuk meningkatkan kualitas layanan *e-commerce* yang sesuai dengan preferensi pelanggan Indonesia (Adelian et al., 2024; Mian et al., 2024; Pradana et al., 2024).

Merujuk pada latar belakang yang telah dikemukakan, penulis termotivasi untuk menyelenggarakan riset literatur guna memahami dan menganalisis secara komprehensif bagaimana *e-service quality* memengaruhi kepuasan pelanggan dalam *e-commerce* dan bagaimana cara penggunaan metode ini untuk membantu perusahaan dalam mengukur kualitas layanan untuk mencapai kepuasan pelanggan di era digitalisasi. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami konsep keandalan E-ServQual dan kepuasan pelanggan dalam konteks *e-commerce* akan

membantu praktisi bisnis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keandalan *e-servqual* dan kepuasan pelanggan dalam *e-commerce*. Pemahaman terhadap kepuasan pelanggan bukanlah tujuan akhir dalam bisnis melainkan pondasi loyalitas konsumen jangka panjang oleh karena itu penelitian ini mengidentifikasi celah penelitian dan area untuk penelitian lebih lanjut pada elemen pengukur kualitas layanan *e-commerce*.

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan artikel dan teori yang relevan dengan pembahasan pengaruh keandalan *E-service quality* dalam produk *e-commerce* diatas maka dirumuskan sebagai berikut: Kepuasan konsumen berimpak signifikan terhadap proses berlangsungnya *e-commerce*. Namun masih terdapat potensi yang belum tergalai. Dengan melakukan pengembangan berkelanjutan dan fokus pada kebutuhan pelanggan, E-Servqual dapat menjadi kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, dan kesuksesan bisnis *e-commerce* di Indonesia. Perusahaan *e-commerce* juga perlu memahami *E-service quality* dalam konteks lokal dan faktor-faktor yang mempengaruhi di Indonesia seperti ekonomi, budaya, dan infrastruktur. Dengan memahami dan beradaptasi dengan kebutuhan dan ekspektasi lokal, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun kepercayaan, mengoptimalkan operasional, dan membuka peluang pertumbuhan baru.

7.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya untuk mendapatkan pengaruh lain selain menggunakan pengukuran dimensi *E-service quality* dalam kepuasan pelanggan tetapi juga dapat yang lain seperti penggunaan analisis sentiment, pengalaman pelanggan, harga dan lainnya. Adapun metode penelitian selanjutnya di sarankan untuk menggunakan metode kuantitatif agar dapat lebih memperkuat data literatur pada jurnal ini. fokus penilitian selanjutnya dapat mengkaji selain produk *e-*

commerce yang umum digunakan seperti pada perusahaan pengiriman langsung (*dropshipping*), layanan jasa, dan lintas batas *e-commerce* layanan konsumen negara lain. Kajian penelitian ini tentunya akan membantu perusahaan dan penelitian untuk pengembangan *e-commerce* di era digitalisasi 4.0 di Indonesia saat ini dan bersiap memasuki era industry 5.0.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelian, G., Bangsawan, S., & . R. (2024). The Influence of E-Service Quality, Perceived Risk and Customer Trust in Repurchase Intentions (Study on Indonesian Shopee *E-commerce* Users). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 07(04). <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i4-26>
- Dr. Gita Rani Sahu. (2024). Understanding Contemporary Consumer Behaviour in the Digital Age. *International Research Journal on Advanced Engineering and Management (IRJAEM)*, 2(03), 485–490. <https://doi.org/10.47392/IRJAEM.2024.0068>
- Fitria Dwi Nuriyah, & Rendra Erdkhadifa. (2023). ANALISIS KORELASI KANONIK KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE MIELIADER BANDUNG. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(5), 595–604. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i5.5178>
- Gupron, G. (2020). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN MELALUI *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DARING DI APLIKASI BUKALAPAN.COM (Studi Pada Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 1(1), 337–348. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i1.267>
- Harini, S., Pranitasari, D., Said, M., & Endri, E. (2023). Determinants of SME performance: Evidence from Indonesia. *Problems and Perspectives in Management*, 21(1), 471–481. [https://doi.org/10.21511/ppm.21\(1\).2023.40](https://doi.org/10.21511/ppm.21(1).2023.40)
- Hendriana, T. I., & Irawan, N. (2024). The influence of service quality on customer satisfaction. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 11(4), 913–921. <https://doi.org/10.35335/ijafibs.v11i4.261>
- Hidayat, S. N. (2020). Analisis Perbandingan Keberhasilan Dan Penerimaan LIMA *E-commerce* Di Indonesia Menggunakan Model DeLone And McLean Yang Dikembangkan. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Kumala, S. L. (2022). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia. *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2), 109–117. <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.190>
- Latif, A., Sukotjo, E., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Halu, U., Aidin, O., Awasinombu, H., & Oleo, U. H. (2023). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE.CO.ID YANG ADA DI KOTA KENDARI)* (*The Influence of E-service quality and E-trust on E-loyalty with E-satisf.* 7(3), 523–536. <https://doi.org/https://doi.org/10.33772/jumbo.v7i3.610>
- Lena Ellitan, & Ani Suhartatik. (2023). The Role of E-Trust and *E-service quality* in Building E-Loyalty and E-Satisfaction. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(3), 303–311. <https://doi.org/10.56799/jceki.v2i3.834>

- Lingga, R. I., & Syafitri, A. (2024). Dampak Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Karyatama Lubuklinggau. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 7(1), 198–204. <https://doi.org/10.31004/jutin.v7i1.23081>
- Mabrur, I., Saputra, M., & Syahputra, H. (2022). E-COMMERCE PENJUALAN KOPI GAYO (Studi Kasus : UMKM Ine Kopi di Kecamatan Bandar). *Jurnal Teknik Informatika Dan Elektro*, 4(1), 01–11. <https://doi.org/10.55542/jurtie.v4i1.110>
- Maricic, B., Veljkovic, S., & Djordjevic, A. (2012). Customer satisfaction measurement. *Marketing*, 43(4), 235–244. <https://doi.org/10.5937/markt1204235M>
- Mateo, S. (2020). A procedure for conduction of a successful literature review using the PRISMA method. *Kinésithérapie, La Revue*, 20(226), 29–37. <https://doi.org/10.1016/j.kine.2020.05.019>
- Mian, F., Dandan, W., & Yongyan, D. (2024). Research on Service Quality Evaluation of Rural E-commerce Logistics Based on SPSS. *2024 IEEE 7th Advanced Information Technology, Electronic and Automation Control Conference (IAEAC)*, 160–165. <https://doi.org/10.1109/IAEAC59436.2024.10504001>
- Nurjanah, S., & Mahendra, W. (2022). E-service quality pada Pelayanan Kependudukan Elektronik Alpukat Betawi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 7(2), 174–187. <https://doi.org/10.26905/pjiap.v7i2.7491>
- Palit, J., Satria, R. A., & Tantowi, A. A. (2024). E-commerce Web Application Untuk Membantu Masyarakat. *Jurnal Pengembangan Sistem Informasi Dan Informatika*, 5(2), 20–30. <https://doi.org/10.47747/jpsii.v5i2.1735>
- Parasuraman, A., & Berry, L. (1991). Parasuraman, A, Berry L, refinement and reassessment of the servqual scale.pdf. In *Journal of Retailing*.
- Parvin, M. S., Hasan, M. S., & Rahman, P. D. M. (2022). Effect of temperature and BSFB population on the growth and yield of Brinjal. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, 342–350. <https://doi.org/10.51386/25815946/ijms-v5i4p135>
- Pradana, B. I., Parwati, K. Y., Ardian, F., & Li, N. R. (2024). VALIDATING DIMENSIONS OF MOBILE SERVICE QUALITY E-COMMERCE CONSUMER TO CONSUMER (C2C) IN INDONESIA FROM SELLER'S PERSPECTIVE. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 22(1). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2024.022.01.01>
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-service quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 12–31. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438>
- Priatna, A., Yusuf, A. M., & Apriliani, C. (2022). Analisis Kualitas Layanan

- Tokopedia Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality Di Karawang. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 382–392. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i2.856>
- Puji, M., & Krismanti Tri Wahyuni. (2023). Analysis of the Effect of Technology on the Growth of the Information and Communication Sector in the Bali Province 2016-2021. *Proceedings of The International Conference on Data Science and Official Statistics*, 2023(1), 417–429. <https://doi.org/10.34123/icdsos.v2023i1.291>
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Rajput, S. (2024). *E-commerce* The World of Online Shopping. *Poonam Shodh Rachna*, 3(4), 71–74. <https://doi.org/10.56642/brdu.v03i04.014>
- Rakhmat Romadhan, M., Indriastuty, I., & Prihandoyo, C. (2019). *E-service quality* Kepuasan Konsumen Melalui *E-commerce* Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(2), 150–163. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i2.90>
- Sakinah, M., & Heruwasto, I. (2024). Pengaruh *E-commerce* Marketing Stimuli terhadap Trust, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 258–271. <https://doi.org/10.33059/jseb.v15i2.8946>
- Santos, V., Augusto, T., Vieira, J., Bacalhau, L., Sousa, B. M., & Pontes, D. (2022). *E-commerce* (pp. 224–244). <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5523-4.ch012>
- Sharma, S. (2024). Marketing in the Digital Age - Adapting to Changing Consumer Behavior. *International Journal of Management and Business Intelligence*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.59890/ijmbi.v2i1.1330>
- Sholawatunnisa, D. P., Suadaa, L. H., Nugraha, U., & Pramana, S. (2024). Indonesian GDP movement detection using online news classification. *Statistical Journal of the IAOS*, 1–16. <https://doi.org/10.3233/SJI-230038>
- Sidenko, V. (2020). The impact of *e-commerce* on the evolution of organizational forms of international economic activity. *Ekonomična Teoriâ*, 2020(3), 83–106. <https://doi.org/10.15407/etet2020.03.083>
- Sundjaja, A. M., Tatuil, A. V., Scholus, D. V., & Restiani, Y. D. (2024). The Determinant Factors of Shopping Cart Abandonment Among *E-commerce* Customers in Indonesia. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 18(1), 29–38. <https://doi.org/10.21512/commit.v18i1.9308>
- Tian, Y., & Stewart, C. (2006). History of *E-commerce*. In *Encyclopedia of E-commerce, E-Government, and Mobile Commerce* (pp. 559–564). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-59140-799-7.ch090>

- Virima, M., Sandada, M., Ndoro, T. T., & Chuchu, T. (2019). The impact of service quality drivers on customer satisfaction in internet provision services of Zimbabwe. *Journal of Business & Retail Management Research*, 14(01). <https://doi.org/10.24052/JBRMR/V14IS01/ART-09>
- Vivek, R., Nanthagopan, Y., & Piriyaarshan, S. (2023). Beyond methodology: Theoretical foundations of triangulation in qualitative and multi-method research: A literature review. *Scientific Studios on Social and Political Psychology*, 29(2), 53–62. <https://doi.org/10.61727/sssppj/2.2023.53>
- Wisnel, W., Wirdianto, E., & Cantika, T. (2022). Analysis of the Effect of *E-service quality* on *E-commerce* Customer Satisfaction and Loyalty. *MOTIVECTION : Journal of Mechanical, Electrical and Industrial Engineering*, 4(3), 209–222. <https://doi.org/10.46574/motivection.v4i3.145>
- Wulandary, E., Mas'ud, M., Arifin, & Ashoer, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Era Digitalisasi Media Pemasaran Online *E-commerce* dengan Menggunakan *E-service quality* Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan. *Center of Economic Students Journal*, 6(1), 44–59. <https://doi.org/10.56750/csej.v6i1.568>
- Yahya, S., & Sugiyanto, M.A. Ph.D, P. C. (2020). Indonesian Demand for Online Shopping: Revisited. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 35(3), 188. <https://doi.org/10.22146/jieb.55358>
- Yateno, Y., Fuadi, S., & Wardani, Y. S. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Isna Collection Di Raman Utara. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 3(2), 427–435. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v3i2.2404>