

DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, G. R., & Windiarti, S. (2022). Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *Sosio E-Kons*, 14(2), 144. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i2.12071>
- Akbary, F. R., & Rachmarwi, W. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sicepat Ekspres Point Agen Jatiasih. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(3), 670–678. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v10i3.802>
- Aristo, T., & Parameswari, R. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Catur Eka Jaya. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
- Atmaja, K. V. W., Sujana, I. N., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pos Cabang Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1), 12. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i1.20039>
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Budi, N. A., & Sutedjo, B. (2022). pengaruh citra perusahaan, suasana toko dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan Aluna Home Spa Semarang). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2288–2298. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2>.
- Fauziah, A., & Tirtayasa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Penggunaan Aplikasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Masa Pandemi Covid –19. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 1381–1395.
- Krisnanto, A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–80.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone OPPO. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)e-ISSN 2723-424X*, 128–136.
- Maghfur, M. D., & Urip, W. D. (2022). pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Astra Honda Motor Dipaciran Lamongan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(19), 1–18.
- Mahmud, A. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Abstrak. *YUME : Journal of Management & Business*, 5(2), 491–508. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.xxx>
- Mahsyar, S., Suharno, S., & Abidin, Z. (2020). the Effect of Customer Trust and

Company Image on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Indonesia Classification Bureau in Samarinda. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(03), 27–39. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i03.1282>

- Masiaga, N. R., Worang, F. G., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berbelanja Secara Online Di Lazada.Com. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 900–910. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40476>
- Neysa, T., Barkah, C. S., Chan, A. A., & Tresna, P. W. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Home Plate Coffee dalam Menyusun Formulasi Strategi Pemasaran. ... *ILMU MANAJEMEN DAN ...*, 12, 9–22. https://www.researchgate.net/profile/Arianis-Chan/publication/351954631_Analisis_Kepuasan_Konsumen_Home_Plate_Coffee_dalam_Menyusun_Formulasi_Strategi_Pemasaran/links/60b1b66d299bf1f6d58042a8/Analisis-Kepuasan-Konsumen-Home-Plate-Coffee-dalam-Menyusun-For
- Nugraha, T. P., Parlyna, R., & Hidayat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Pembayaran X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 1–19.
- Nurhalimah, N., & Nurhayati, A. (2019). pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 6, No. 2 September 2019*, 6(2), 1–5.
- Pratama, R. A., Komariah, K., & Jhoansyah, D. (2022). peran viral marketing dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. 5, 1362–1369.
- Prayosa, H., & Suwitho. (2022). pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor honda beat di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(11), 1–17.
- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah ...*, 10(2), 629–636.
- Rahmadhana, Rini, & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 629–636. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2239>
- Rahmadhani, R. P., Martha, L., & Nagara, P. (2021). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Sawah Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 05(02), 289–300. <https://doi.org/10.31575/jp.v5i2.369>
- Risnawati, H. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Strait liner express di Jakarta. *Journal*

of Materials Processing Technology, 30(1), 109–126.

- Sani, D. F. (2021). Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan E-Commerce Shopee di Kota Padangsimpuan. *Thesis*, 1–151.
- Sinta, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Go-Ride (Studi Kasus Pada Pelanggan GORIDE di Kota Tangerang*. 1(1).
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada PT. Telkom Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163.
<https://doi.org/10.35829/econbank.v3i2.202>
- Taupik Ismail. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1124–1135.
- Tjiptjono, F. (2020). *pemasaran*. Andi offset.
- Trinaldi, G., & Djawoto. (2022). pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di MC Donald’S basuki rahmat Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(12).
- Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image , Kepercayaan , Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 300–312.
<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/2930/2260>
- Uzir, M. U. H. (2021). The effects of service quality, perceived value and trust in home delivery service personnel on customer satisfaction: Evidence from a developing country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102721>
- Wau, F. S., Chandrayant, T., & Afrizoni, H. (2022). pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada espresso cafe di kota Pariaman. *Jurnal Matua*, 4(8.5.2017), 2003–2005.