

## DAFTAR PUSTAKA

- Alexsander, C. D., Sumito, V., & Oktavia, Y. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Persepsi Konsumen, Kualitas Informasi dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi Gojek di Kota Batam. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 238–246.
- Andriyani, N. K. R., & Yudhistira, P. G. A. (2023). How Does Conventional Travel Agent Services Enhance Brand Loyalty? The Relationship Between Customer Experience, Brand Credibility, and Brand Trust. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 16(1), 162–178. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v16i1.43170>
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Bagus, I., Widiawati, A., & Latief, F. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KOPI ILBS DI GOWA. *Nobel Management Review*, 4(2). <https://doi.org/10.37476/nmar.v4i2.4061>
- Budiyono, B., & Sutianingsih, S. (2019). PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMODERASI PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(4). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.5104>
- Christina, Y., & Purba, T. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha.*
- Desri, S., Fitriandi, F., Yollanda, F., & Zulfitri, V. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Di Kota Payakumbuh. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 342–348. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Dewa, D., Harianja, J., Brigida Enda Nuraeni, D., Bentara Persada Batam, S., Air Baloi Permai, K., & Anggrek Blok Lubuk Baja, J. I. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT BATAM TRANS.*
- Dewi, R., & Handriana, T. (2021). Unlocking brand equity through brand image, service quality, and customer value. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 13(2), 94. <https://doi.org/10.26740/bisma.v13n2.p94-107>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK HERBALIFE. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1). <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>
- Hafni Sahir, S. (2020). *Metodologi Penelitian*. www.penerbitbukumurah.com
- Hendri, & Rahman, S. (2019). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT. Subur Bangun. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4(2), 228–243.
- I Made Dwi Mertha Adnyana, S. S., Salman AlparisSormin, Yuliana Nurhayati, Prof. Dr. Hardi Tambunan, M. Pd., Diana Sylvia, Budi Prasetyo, Pasionista Vianitati, Antonius Adolf Gebang, Muhammad Darwin, S. Pd. , M. M. , Ciq., & Marianne Reynelda Mamondol. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/354059356>
- Indrawan, I., Herlina, E., & Faruk, M. (2021). *PENGARUH NILAI-NILAI PELANGGAN DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KESETIAAN PELANGGAN (Suatu Studi pada PT. Astra Motor Cabang Banjar)* (Vol. 3, Issue 2).
- Juwaini, A., Chidir, G., Novitasari, D., Iskandar, J., Hutagalung, D., Pramono, T., Maulana, A., Safitri, K., Fahlevi, M., Sulisty, A. B., & Purwanto, A. (2022). The role of customer e-trust, customer e-service quality and customer e-satisfaction on customer e-loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 477–486. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.006>
- Kesuma, T. M., Yunus, M., Siregar, M. R., & Muzammil, A. (2021). Quality and image: The role of satisfaction and trust as intervening variables on loyalty of customer's internet service providers. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 14(2), 282–299. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i2.9358>
- Koesworodjati, Y., & Syahidah Budiarti, R. H. (2023). The effect of customer value and trust on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(3), 1273. <https://doi.org/10.29210/020232274>
- Meitha Wulur, L., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY PERTAMINA HOSPITAL BALIKPAPAN.

*Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 4. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>

- Mulianingsih, S., & Kusumawati, T. (2024). PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN CLEO. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1). <https://doi.org/10.56127/jekma.v3i1.1199>
- Nur Ielasari, & Innocentius Bernarto. (2023). The Impact Of Customer Satisfaction On Customer Loyalty Of BCA Mobile Banking. *Jurnal Manajemen*, 27(1), 169–190. <https://doi.org/10.24912/jm.v27i1.1121>
- Rosalina Tanjung, J., & Rahman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Pekanbaru. *Jurnal BANSI - Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 3(1), 27–45. <https://doi.org/10.58794/bns.v3i1.451>
- Rusito, S., Kom, M., & Kom. (2021). *Dasar Internet Teknologi IoT (Internet of Thing) dan Bahasa HTML*.
- Sebayang, S. K., & Situmorang, S. H. (2019a). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Online di Kota Medan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 220–235. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.86>
- Sebayang, S. K., & Situmorang, S. H. (2019b). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Online di Kota Medan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 220–235. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.86>
- Shelly Nurdini, D. R. O. (2019). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (survai pada salon Strawberry Jl. Sudirman No. 629 Bandung). *Prosiding Manajemen*, 5.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>

- Syarifah, T., & Dewi, D. K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Le Minerale. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3). <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i3.3359>
- Thamrin, G., Bernarto, I., & Kawata, Y. (2020). The influence of trust, satisfaction, value, and brand image on loyalty. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 12(2), 168. <https://doi.org/10.26740/bisma.v12n2.p168-185>
- Tojiri, Y., & Rusdian, S. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Pada Jasa Karunia Tour & Travel Garut. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 251–264.
- Vaniara, F. V., & Pramono, R. (2022). THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE, CUSTOMER SATISFACTION AND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY AT THE DM CLINIC IN EAST JAKARTA. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 6(3). <https://jurnal.stic-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Wulandari, A., & Rahmidani, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Customer value Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Produk Sampo Lifebuoy. *Jurnal Ecogen*, 5(3), 364. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i3.12866>
- Zinos, K., & Wage, S. (2024). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION OF LE MINERALE IN BATAM CITY. *JURNAL CAFETARIA*, 1(1), 4–6.