

DAFTAR PUSTAKA

- Adirestuty, F. (2019). Customer Perceived Value in Creating Customer Satisfaction and Revisit Intention in Sharia Hotel. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(2), 367–386. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i2.1067>
- Adji, J., Hatane, D., & Siwalankerto, J. (2014). *Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) di Starbucks The Square*. 2(1), 1–10.
- Ahyuna, Hamzah, M. D., & HM, M. N. (2013). Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal Oleh Kalagan Usaha di Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 2(1), 30–40. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/346>
- Alnaser, F. M. I., Ghani, M. A., & Rahi, S. (2018). Service quality in Islamic banks: The role of PAKSERV model, customer satisfaction and customer loyalty. *Accounting*, 4(2), 63–72. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2017.8.001>
- Anwar, S., Kristiawan, M., & Lian, B. (2020). The Effect of Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction. *PONTE International Scientific Researchs Journal*, 12(10), 697–712. <https://doi.org/10.21506/j.ponte.2016.6.13>
- Ariska, V., Qomariah, N., & Wijayanti, B. (2020). The Impact Of Service Quality, Price, Products, And Trust On “Kober Mie Setan” Consumer Satisfaction. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*, 9(04).
- Aristyanto, E., Hasan, A. F., & Nanda, A. S. (2019). Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Surabaya (The Effect of Commitment and Trust for Customer Satisfaction Islamic Banking in Surabaya). *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.21070/perisai.v3i1.1981>
- Aryska, M. (2017). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ayumetarini, R. R. (2020). Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Kartika Candra in Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 10(1), 113. <https://doi.org/10.26858/jiap.v10i1.13570>
- Cihan, C., Krisztina, P., & Akos, V. (2017). Try not to be late! - The importance of delivery service in online shopping. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 8(2), 177–192. <https://doi.org/10.15388/omee.2017.8.2.14186>
- Dharma, R. (2013). ANALISIS PENGARUH KEBIJAKAN HARGA, PELAYANAN DAN FASILITAS PENDUKUNG TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. SEMEN TONASA KABUPATEN PANGKEP. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk*

- Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS (Pertama)*. DEEPUBLISH. https://books.google.co.id/books?id=A6fRDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metode%2Bpenelitian.%2Bnikolaus&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwielqyKsb_sAhWO5nMBHSAODgMQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=metode kuantitatif&f=false
- Ekarina. (2020). *Trik SiCepat Kuasai Pasar Ekspedisi, Fokus pada Harga & Kecepatan Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul "Trik SiCepat Kuasai Pasar Ekspedisi, Fokus pada Harga & Kecepatan"*, <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f8ee3b59a803/trik-sicepat>. <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f8ee3b59a803/trik-sicepat-kuasai-pasar-ekspedisi-fokus-pada-harga-kecepatan>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. DEEPUBLISH.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN TIGER AIR MANDALA. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(1), 64–74.
- Haryono, B. (2016). *How to Win Customer Through Customer Service with Heart*. Andi.
- Hutasoit, Halomoan, A., Fauzi, A., & Gultom, P. (2019). The Effect of Tariffs and Service Quality on Customer Satisfaction That Affects of The Customer Loyalty of Medan City Using Grab-Car Transportation. *Journal of Business and Management*, 21(5), 36–45. <https://doi.org/doi: 10.9790/487X-2105103645>
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Kim, D. J., Lee, K.-Y., Lee, D., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2003). Trust, Risk, and Benefit in Electronic Commerce: What Are the Relationships? *Americas Conference on Information Systems (AMCIS)*. https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/683
- kominfo.go.id. (2019). *Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*. https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-capai-78-persen/0/sorotan_media
- Kompas.com. (2019, April 19). *Asperindo: E-Commerce Beri Dampak Positif ke Usaha Logistik*. <https://money.kompas.com/read/2019/04/19/194700826/asperindo--e-commerce-beri-dampak-positif-ke-usaha-logistik>
- Kompas.com. (2020). *Trafik Internet di 2019 Meningkat, Perangkat Mobile Jadi Penyumbang Terbesar*.
- Kontan.co.id. (2020). *Survei: Di masa pandemi, 85,2% masyarakat gunakan jasa*

- kurir untuk pengiriman barang. *Kontan.Co.Id*.
<https://industri.kontan.co.id/news/survei-di-masa-pandemi-852-masyarakat-gunakan-jasa-kurir-untuk-pengiriman-barang>
- Kotler, Philip, Ang, S. H., Leong, S. M., & Tan, C. T. (2000). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia Terjemahan oleh Fandy Tjiptono*. Andi.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi Kedu). Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Principle of Marketing*. Persone Education, Inc.
- Kotler, Phipil, & Armstrong, G. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Prenhalindo.
- Kurniawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kebiasaan menggunakan Produk terhadap Kepuasan Konsumen serta Loyalitas Konsumen dalam Membeli Merek Samsung di Toko “Y.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 14(1), 201–212.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. DEEPUBLISH.
[https://books.google.co.id/books?id=Zw8REAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metode+penelitian+kuantitatif&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjLj_XB1PLuAhWadn0KHcqRDcA4ChDoATABegQIBBAC#v=onepage&q=metode penelitian kuantitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?id=Zw8REAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metode+penelitian+kuantitatif&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjLj_XB1PLuAhWadn0KHcqRDcA4ChDoATABegQIBBAC#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kuantitatif&f=false)
- Laely, N. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri. *Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 3(2), 61–74. s
- Lembang, R. D. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 69.
- Lie, D., Sudirman, A., & Butarbutar, M. (2019). *Analysis of Mediation Effect Of Consumer Satisfaction On The Effect Of Service Quality , Price and Consumer Trust On Consumer Loyalty*. 8(08).
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2013). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi 3). Salemba Empat.
- Mowen, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen* (Edisi Keli). Erlangga.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Palinggi, S., & Limbongan, E. C. (2020). Pengaruh Internet Terhadap Industri E-Commerce dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan di Indonesia. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNASRISTEK)*, 4(1), 225–232.
<http://www.proceeding.unindra.ac.id/index.php/semnasristek2020/article/view/2543>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Pusparisa, Y. (2019). *96% Pengguna Internet di Indonesia Pernah Menggunakan E-Commerce*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/03/96-pengguna-internet-di-indonesia-pernah-gunakan-e-commerce>
- Qomariah, N. (2018). Impact of Customer Value, Brand Image and Product Attributes to Satisfaction and Loyalty Tourism Visitors in Jember Regency. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(5), 129–135.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.2478/mjss-2018-0105>
- Ramadhan, M. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 153. <https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i2.3733>
- Ramirez, R. H., & Merunka, D. (2019). Brand experience effects on brand attachment: the role of brand trust, age, and income. *European Business Review*, 31(5), 610–645. <https://doi.org/10.1108/EBR-02-2017-0039>
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)* (T. A. Prabawati (ed.)). CV ANDI OFFSET.
- Riduwan, & Sunarto, H. (2015). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, Dan Bisnis*. Alfabeta.
- Sudirman, A., Efendi, & Harini, S. (2019). Kontribusi harga dan kepercayaan untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 323–335. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.2078>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Suhud, U., & Wibowo, A. (n.d.). Predicting Customers ' Intention to Revisit A Vintage -Concept Restaurant. *Journal of Consumer Sciences*, 1(2).
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. *Jurnal Manajemen Unpad*, 8(4), 1–20. <http://jurnal.unpad.ac.id/index.php/MS/article/view/989>
- Sutomo, H. (2012). *Metode Penelitian*. DEEPUBLISH.
- Tandon, U., & Kiran, R. (2019). Factors impacting customer satisfaction: an empirical investigation into online shopping in India. *Journal of Information Technology Case and Application Research*, 21(1), 13–34. <https://doi.org/10.1080/15228053.2019.1609779>
- Taufique, K. R., Vocino, A., & Polonsky, M. J. (2016). The influence of eco-label knowledge and trust on pro-environmental consumer behaviour in an emerging market. *Journal of Strategic Marketing*, 4488(October), 1–19. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2016.1240219>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality and Satisfaction* (Edisi 4). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran*. Andi.
- Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image , Kepercayaan , Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indoensia*, 5(2), 300–312. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/2930/2260>
- Yulisetiari, D., & Prahasta, Y. A. (2019). The effect of price, service quality, customer value, and brand image on customers satisfaction of telkomsel cellular operators in east Java Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 5–9.