

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2018). *AKER on Branding*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Abderahman, K. F. (2020). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI GRAB-FOOD INDONESIA. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 4(3), 1.
- Alma, B. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Aminatu, J., Nurtika, M., Fauzi, F. I., & Abdul Yusuf. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55–62.
- Anisah, D. S., & Nurfarida, I. N. (2018). Kepuasan pelanggan sebagai mediasi pengaruh brand image terhadap loyalitas pelanggan. *Management and Business Review*, 2(2), 123–131. <https://doi.org/10.21067/mbr.v2i2.3228>
- Anita Tobagus. (2018). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION PADA PENGGUNA DI SITUS TOKOPEDIA. *AGORA*, 6(1), 1–10.
- Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 20–30. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214>
- Ashoer, M. (2019). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION PADA PELANGGAN SITUS TOKO ONLINE BRODO. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 15(3), 238. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i3.4543>
- Askari, M., & Maziyar kazempoor. (2018). Measuring E-Service Quality from the Customers' Perspective: An Empirical Study on Banking Services. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 24.
- Atmojo, J. J. T., & Widodo, T. (2021). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY MELALUI E-CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA APLIKASI TIKET.COM. *E-Proceeding of Management : Vol.8, No.5 Oktober*, e 4519.
- August Halomoan Siregar. (2021). PENGARUH HARGA, BRAND IMAGE DAN PERSONAL BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI UNIT RUMAH DI KOMPLEKS ROYAL SUMATERA. *JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN METHODIST*, 4(2), 93–102. <https://doi.org/10.46880/jsika.Vol4No2.pp93-102>

- Bandawaty, E., Huriyati, R., & Puspo Dewi Dirgantari. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION BENTUK INOVASI PEMASARAN BUKALAPAK. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1).
- Bastiar, R. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Service Quality terhadap Minat Konsumen dengan Kegiatan Event sebagai Variabel Mediasi pada Mall RRR. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(6), 622. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i6.15165>
- Blut, M. (2019). E-Service Quality: Development of a Hierarchical Model. *Journal of Retailing*, 92(4), 500–517. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.09.002>
- Bulu, Y. G., Hariadi, S. S., & Herianto, A. S. (2009). Pengaruh Modal Sosial dan Keterdedahan Jagung Di Kabupaten Lombok Timur Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Agro Ekonomi*, 27(Mei), 1–21. <http://www.ejurnal.litbang.pertanian.go.id/index.php/jae/article/viewFile/4677/3957>
- Chesanti, P. C., & Setyorini, R. (2018). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI PENGGUNA APLIKASI PLN MOBILE. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(1), 10–17. <https://doi.org/10.17509/jpp.v18i1.11064>
- Danang Sunyoto. (2017). *DASAR-DASAR MANAJEMEN PEMASARAN Konsep, Strategi, Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Darlan, Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2020). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada pt bahtera nusantara transports. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 5(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29264/jimm.v5i1.6273>
- David. (2018). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA TRANSPORTASI ONLINE GRAB. *AGORA*, 6(2).
- Dr. Zaki Baridwan, Ak. CA., CPA., CLI., C., Octavika, & Majid, A. (2021). THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, EASE OF USE, BEHAVIORAL CONTROL, SECURITY AND TRUST TOWARDS THE BEHAVIORAL INTENTION TO USE GO-PAY (A CASE STUDY ON ACCOUNTING STUDENTS IN UNIVERSITAS BRAWIJAYA). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(3).
- Dwitama, R. S. (2021). Pengaruh Brand Image, E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, dan E-Customer Trust Terhadap Customer satisfaction Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Pada Konsumen Rentang Usia Produktif Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Jawa Timur). *Manajemen*

Pemasaran, 4(3).

E.M Sangadji, & Sopiah. (2018). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 3*. Erlangga.

Fikri Rafif Hidayat, & Sunaryo. (2021). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pengguna Aplikasi Go-Jek Di Kota Malang). *Jurnal Almaliah Brawijaya*, 7(1).

Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN VODKASODA SHIRT. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(2).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fjimb.v16i2.949>

Gajewska, T., Zimon, D., Kaczor, G., & Madzik, P. (2019). The impact of the level of customer satisfaction on the quality of e-commerce services. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(4), 666–684. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2019-0018>

Gobe Marc. (2019). *Emotional Branding: Paradigma Baru untuk Menghubungkan Merek dengan Pelanggan*. Erlangga.

Handayani, D. F. R., PA, R. W., & Nuryakin, N. (2021). The influence of e-service quality, trust, brand image on Shopee customer satisfaction and loyalty. *Jurnal Siasat Bisnis*, 25(2), 119–130.
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol25.iss2.art3>

Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Roushandy Asri Fardani, S.Si., M. P., Jumari Ustiawaty, S.Si., M. S., Evi Fatmi Utami, M.Farm., A., Dhika Juliana Sukmana, S.Si., M. S., & Ria Rahmatul Istiqomah, M. I. K. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF* (A. Husnu Abadi, A.Md. (ed.)). CV. Pustaka Ilmu.

Haryeni, H., Agus, T., & Yendra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Tri. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(1), 18–27.
<https://doi.org/10.47233/jeps.v2i1.58>

Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS*. Luxima Metro Media.

Hendrayanti, S. (2020). MENCIPTAKAN E-SATISFACTION MELALUI E-SERVICE QUALITY PADA SITUS TOKOPEDIA. *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers ISSN Online: 2654-6590*.

Hu, Q., Zhang, L., Zhang, W., & Zhang, S. (2020). Empirical Study on the Evaluation Model of Public Satisfaction With Local Government Budget

Transparency: A Case From China. *SAGE Open*, 10(2), 215824402092406.
<https://doi.org/10.1177/2158244020924064>

Imam Ghozali. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indah, S. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENYEWA DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PENYEWA (Studi kasus: PT. GRAND INDONESIA). *Jurnal MIX*, IV(2), 2020.

Indah, S., & Anggraeni Fitria Nur. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION*, 3(3). <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930684>

Intan, N. (2022). *Survei: 70 Persen Masyarakat Gemar Pesan Makanan Online*. Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/qpiz7j335/survei-70-persen-masyarakat-gemar-pesan-makanan-online>

Irfan, J., & Manurung. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis (Konsep dan Aplikasi) Edisi Terbaru*. UMSU PRESS.

Irwansyah, A., & Mappadeceng, R. (2018). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA TOKO ON LINE BUKA LAPAK. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 3(2).

Jill Griffin. (2018). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.

Kolonio, J., & Djurwati Soepeno. (2019). EFFECT OF SERVICE QUALITY, TRUST, AND CONSUMER SATISFACTION ON CONSUMER LOYALTY ON CV. MARINE FIBERGLASS FACILITIES. *Jurnal EMBA*, 7(1), 831 – 840.

Kong, Q., Peng, D., Ni, Y., Jiang, X., & Wang, Z. (2020). Trade openness and economic growth quality of China: Empirical analysis using ARDL model. *Finance Research Letters*, March, 101488.
<https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101488>

Kotler, P., & Keller, L. K. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Pearson Education.

Leawaty, & Sulistiadi, W. (2018). Relationship of Marketing Mix with Customer Loyalty: Systematic Review. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit*, 5(1).

Li, D. C.-P., & Author, C. (2017). Effects of Brand Image, Perceived Price, Perceived Quality, and Perceived Value on the Purchase Intention towards Sports and Tourism Products of the 2016 Taichung International Travel Fair. *The Journal of International Management Studies*, 12(2).

- Li, Y., & Shang, H. (2020). Service quality, perceived value, and citizens' continuous-use intention regarding e-government: Empirical evidence from China. *Information & Management*, 57(3), 103197. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103197>
- Mahanani, E., & Sari, B. (2019). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jico Agung Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(02), 194–207. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i02.242>
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI(3), 227 – 238.
- Massoudi, A. H. (2020). Consumer Loyalty Indicator as Drivers to Satisfaction. *Cihan University-Erbil Journal of Humanities and Social Sciences*, IV(1).
- Maulana, R. R., & Sunaryo, SE, MSi, P. D. (2019). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY (A Study at Padang Murah Restaurant in Malang City). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 3(2).
- Morissan. (2018). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa, Edisi Pertama*. Kencana. Mulyana.
- Mulazid, A. S. (2018). PENGARUH BRAND IMAGE dan KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BNI SYARIAH CABANG FATMAWATI JAKARTA. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 78. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v6i1.3086>
- Nurrahmi, M., Al-Fikri, H., Yani, J. A., & Palembang, U. (2018). Kualitas Pelayanan Dampak Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Muhammadiyah Palembang. In *Jurnal Balance* (Vol. 60, Issue 2).
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition* (15th ed.). Pearson.
- Priansa D.J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Pusparani, & Rastini. (2019). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan kamera canon digital single lens reflex (dslr) di kota Denpasar. *Journal Manajemen*, 4(3), 1311–1319.
- Quintal, V. A., Sultan, P., & Wong, H. Y. (2019). Service quality in a higher education context: an integrated model. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.

- Rahardjo, T. S. R. M. (2016). IDENTIFIKASI KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI SEGI HARGA DAN KUALITAS PADA RESTORAN ABUBA STEAK DI GREENVILLE. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Rahmatika, S., & Madiawati, P. N. (2020). The Effect of E-Service Quality and Promotion on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as Intervening Variables of PLN Mobile. *E-Proceeding of Management : Vol.7 No.1*, 1289.
- 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>
- Ramanta, T. H., Massie, J. D. D., & Djurwati Soepeno. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PRODUK MEBEL DI CV. KARUNIA MEUBEL TUMINTING. *Emba*, 9(1), 1018–1027.
- Ranggadara, I., Wang, G., & Kaburuan, E. R. (2019). Applying Customer Loyalty Classification with RFM and Naïve Bayes for Better Decision Making. *2019 International Seminar on Application for Technology of Information and Communication (ISEMANTIC)*, 564–568. <https://doi.org/10.1109/ISEMANTIC.2019.8884262>
- Ri'aeni, I. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA PRODUK KULINER TRADISIONAL. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 1(2), 141–149. <https://doi.org/10.31334/ljk.v1i2.443>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Rommy, Moh, N. B. H. H., Nursaban, A. S., Nur, & Nofal, A. R. Y. (2019). Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 20(8), 76–81. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.9790/487X-2008027681>
- Rusandy, D. S. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Titin Trenggalek. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v2i1.25>
- Salim, A. (2017). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Tiarawacana.
- Sari, D. M. F. P., & Mitafitrotin. (2020). PERCEIVED PRICE, PRODUCT DESIGN DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PURCHASE

INTENTION PADA PRODUK WARDAH DI MARKETPLACE SHOPEE MALL. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 81–89.

Sarstedt, M., Hair, J., & Ringle, C. M. (2017). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Handbook of Market Research*. Handbook of Market Research.

Sasa Djuasa Sendjaja. (2017). *Teori Komunikasi, Universitas Terbuka*. Universitas Terbuka.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2018). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Salemba Empat.

Septianisa, W. A., Istiyanto, & Budi. (2022). E-SERVICE QUALITY DAN CITRA MEREK DALAM MEMBENTUK KEPUASAN PELANGGAN (STUDY KASUS REDDOORZ). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(2).

Setiawan, E., & Septiani, S. (2018). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 2(1), 54. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v2i1.24>

Sodexo.com. (2021). *6 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*. Sodexo.Com.

Sonani, N., Muharam, H., & Adrian, F. (2017). HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN DAGANG ADZA CATERING KOTA BOGOR. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 3(1), 29–39. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v3i1.437>

Sri Pudjarti, N., Ratnawati, H., & Putranti, D. (2019). HUBUNGAN E-SERVICE QUALITY DAN E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION PADA KONSUMEN GO-JEK DAN GRAB DI KOTA SEMARANG. *Penelitian Pendidikan*, 21(3), 237–246.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Surianto, Richardo, A., & Japarianto, E. (2022). ANALISA PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SALON MADASS. *Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra*, 2(3).

Thungasal, C. E., & Dr. Ir. Hotlan Siagian, M. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *Agora*, 7, 1.

Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. C.V Andi Offset.

- Veryani, F., & Sonja Andarini. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(2).
- Widodo, T. H., & Tresna, P. W. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK (STUDI PADA PENGGUNA KARTU As DI STIA YPPT PRIATIM TASIKMALAYA). *AdBispreneur*, 3(1), 81. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i1.16615>
- Widya, P. R., & Elisabet. (2022). Pengaruh E-service quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-commerce di Kalimantan Barat. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*.
- Wijaya, A., & Loisa, R. (2019). Bauran Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Resto Ahwa). *Prologia*, 3(1), 23–30.
- Wijayanti, C. A. (2020). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND SATISFACTION ON BRAND LOYALTY OF RESTAURANT PIZZA E-BIRRA. *Klabat Journal of Management*, 1(1).
- Wilson, N. (2019). THE IMPACT OF PERCEIVED USEFULNESS AND PERCEIVED EASE-OF-USE TOWARD REPURCHASE INTENTION IN THE INDONESIAN E-COMMERCE INDUSTRY. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(3), 241. <https://doi.org/10.25124/jmi.v19i3.2412>
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 6(2).
- Zeithaml, Bitner, & Gremler. (2020). *Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm. 6th edition*. (Internatio). McGraw-Hill.
- Zhang Jing, Chatchai Pitsaphol, & Rizwan Shabbir. (2014). The Influence Of Brand Awareness, Brand Image and Perceived Quality on Brand Loyalty: A Case Study Of Oppo Brand In Thailand. *INTERDISCIPLINARY JOURNAL OF CONTEMPORARY RESEARCH IN BUSINESS*, 5(12).