

## DAFTAR PUSTAKA

- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. L. (2019). Assessing the effects of Service Quality on Customer Satisfaction. *Management Science Letters*, 9(1), 13–24. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.11.004>
- Agustina, A. S., & Samsudin, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai yang Dirasakan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. KAI di Wilayah Daop 8 Surabaya. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 7781–7788.
- 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>
- Akhlaq, M., & Kiran, K. (2022). Impact of Benevolence, Integrity, and Ability on Trust in Supervisor. *IRASD Journal of Management*, 4(4), 583–601. <https://doi.org/10.52131/jom.2022.0404.0100>
- Andianto, K., & Firdausy, C. M. (2020). Pengaruh Perceived Value, Perceived Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Warunk Upnormal di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 758–764. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9589>
- Aprilianto, B., Welsa, H., & Udayana, I. B. N. (2022). Pengaruh Commitment, Trust terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty (Studi Kasus pada Bento Kopi Yogyakarta). *Widya Manajemen*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1.1743>
- Ayuningtyas, K. A., & Siregar, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang). *Jurnal Manajemen*, 11(1), 63–76. <https://doi.org/10.30656/jm.v11i1.3032>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Dki Jakarta. (2024). *Perkembangan Transportasi Provinsi DKI Jakarta Maret 2024*.

<https://jakarta.bps.go.id/id/pressrelease/2024/05/02/1180/perkembangan-transportasi-provinsi-dki-jakarta-maret-2024.html>

- Cahyani, K. S. D., Muljani, N., & Lukito, R. S. H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan, dan Perceived Value terhadap Brand Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening pada Gojek di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, 11(1), 78–89. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3884>
- Chang. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Kepercayaan Merek dan Persepsi Nilai Terhadap Niat Pembelian Jimea | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). In *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* (Vol. 8, Issue 2).
- Chen, Y., Prentice, C., Weaven, S., & Hisao, A. (2022). The influence of Customer Trust and Artificial Intelligence on Customer Engagement and Loyalty – The case of the Home-Sharing Industry. *Frontiers in Psychology*, 13(August), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.912339>
- Cnosta, C., Ningrum, N. K., & Cahyani, P. D. (2024). Pengaruh Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction dengan Customer Trust sebagai Variabel Intervening. *EduInovasi: Journal of Basic Educational Studies*, 4(2), 720–732. <https://doi.org/10.47467/edu.v4i2.1627>
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Damayanti, M. Z. (2020). Pengaruh Perceived Value terhadap Loyalitas Konsumen melalui Customer Satisfaction dan Customer Trust pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia (Studi pada Konsumen Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)

- Devi, N., Hadian, A., Yuliana, Y., Harahap, N., & Fikri, M. H. (2024). Pengaruh Customer Experience, dan Customer Trust, Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Uang Aplikasi (E-Money) Dana. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(1), 910–918. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i1.4573>
- Dewa, A. B. L. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Empiris pada Pattern X Jogja). In *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Dewi, A. P., Ellitan, L., & Pradana, D. W. (2022). Analisa pengaruh Customer Experience dan Service Quality terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening di MC Donald’S Raya Darmo Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, 11(2), 121–129. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i2.4374>
- Dewi, K. K., Firdaus, M., & Sauqi, A. (2023). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Mayora Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *JMBI : Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 3(1), 12–21. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v3i1.681>
- Dharmanto, A., Rianto, M. R., & Nursal, M. F. (2022). Case of Millennial Generation: The Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Price on Transjakarta Customer Loyalty in North Bekasi City. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*, 1(11), 2707–1716. <https://doi.org/10.61730/ojes.v1i2.24>
- Faizun, M., & Susilowati, I. (2020). Pengaruh Brand Trust dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Jaringan Data Internet Telkomsel di Wilayah Kebumen ). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 546–562. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.612>
- Fakhrudin, Putri, E. R., & Effendi, E. (2022). Pengaruh Keefektifan Komunikasi, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Keterhubungan pada Nasabah. *KOMUNIKAN: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah*, 1(1), 1–20.

<https://doi.org/10.30993/jurnalkomunikasikan.v1i2.293>

- Fani, F. Y., & Lestari, U. D. (2024). Pengaruh Brand Image, Service Quality dan Price terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Kopi Janji Jiwa. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 263–279. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.1051>
- Ferdinandus, L., & Gomies, S. J. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai yang dirasakan terhadap Kepuasan Konsumen dan Intensitas Pembelian. *Public Policy (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis)*, 2(1), 122–141. <https://doi.org/10.51135/publicpolicy.v2.i1.p122-141>
- Firdaus, H. Y., Isradi, M., Prasetyo, J., Rifqi, M., & Halim, H. (2022). Analysis of Transjakarta Service Performance on the Cibubur-BKN by Servqual Method. *European Journal of Science, Innovation and Technology*, 2(1), 113–123.
- Fransisca, N. A. N., & Yenita. (2023). Analisis dampak Service Quality terhadap Customer Trust, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Bus Transjakarta. *Ecodemica : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 7(1), 111–122. <https://doi.org/10.31294/eco.v7i1.15173>
- Goeltom, V. A. H., Saputri, J. A., & Christine, D. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction, Customer Delight, dan Customer Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Otentik di Tangerang. *JUBIMA : Jurnal Bintang Manajemen*, 1(1), 89–118.
- GoodStats. (2024). *Jumlah Penumpang Transjakarta di Juni 2024 Capai 31,62 Juta*. <https://goodstats.id/article/jumlah-penumpang-transjakarta-di-juni-2024-capai-31-62-juta-yeqBO>
- Hair, J. J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R. In *Handbook of Market Research*. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15)
- Hapsari, D. A., & Yoestini. (2020). Analisis Pengaruh Service Quality, Customer Perceived Value, dan Corporate Image terhadap Customer Satisfaction serta dampaknya terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus pada Pelanggan Apotek Kimia Farma Pandanaran Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of*

- Management*, 9(3), 1–9.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/31083>
- Indiani, N. L. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Travel Agent di Kabupaten Badung. *Jurnal Satyagraha*, 2(2), 133–149. <https://doi.org/10.47532/jis.v2i2.69>
- Indrawan, Y. W. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan serta Implikasinya pada Loyalitas Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta X. *Jurnal Ilmiah Feasible*, 1(2), 106–122. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsci.rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsci.rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Irfansius, K., Carunia, D., & Firdausy, M. (2021). Pengaruh Brand Image, Service Quality, dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Sicepat di Jabodetabek. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, III(4), 1076–1086.
- Jakarta, M. (2021). *Turun ke Peringkat 46 Dunia, Indeks Kemacetan Jakarta Semakin Baik*. <https://jakartamrt.co.id/id/info-terkini/turun-ke-peringkat-46-dunia-indeks-kemacetan-jakarta-semakin-baik>
- Kolonio, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, dan Consumer Satisfaction terhadap Customer Loyalty pada CV. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA*, 7(1), 831–840.
- Kurniati, N. L. W. R. (2021). Dampak Ekonomi Pengoperasian Transjakarta Ditinjau dari Persepsi Pengguna. *Jurnal Penelitian Transportasi Darat*, 22(2), 194–205. <https://doi.org/10.25104/jpstd.v22i2.1669>
- Kusumawardani, R., & Yenita. (2023). Pengaruh Kualitas dan Kepuasan Layanan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pengguna Bus TransJakarta. *Jurnal Penelitian Sekolah Tinggi Transportasi Darat*, 14(1), 47–59. <https://doi.org/10.55511/jpsttd.v14i1.649>
- Le, D. N., Nguyen, H. T., & Truong, P. H. (2020). Port logistics Service Quality and Customer Satisfaction: Empirical evidence from Vietnam. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 36(2), 89–103.

<https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2019.10.003>

Le, N. B. M., & Hoang, T. P. T. (2020). Measuring Trusts and the Effects on the Consumers' Buying Behavior. *Journal of Distribution Science*, 18(3), 5–14. <https://doi.org/10.15722/jds.18.3.202003.5>

Mu'allimah, & Mashpufah, R. N. (2022). Analisis Kebijakan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam mengatasi permasalahan Transportasi di Perkotaan. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 3(4), 291–296. <https://doi.org/10.24036/jmiap.v3i4.334>

Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>

Nyarmiati, S. R. T. A. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati). *Diponegoro Journal of Management*, 10(2), 1–14.

Prabantari, B. V. K. (2020). Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Transjakarta. *Jurnal Transaksi*, 12(1), 25–39.

Pradida, D. R., & Suryadi, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Perceived Value, dan Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pengguna Iphone. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 92–103. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.26>

Pristanto, A., Lauren, O. T., Aryani, D., & Sahara, S. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Fasilitas yang Disediakan oleh pihak Transjakarta. *MRI: Urnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(3), 09–17. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i3.1162>

Purwati, M., Purwanto, H., & Apriyanti, A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Customer Trust terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis*,

*Dan Akuntansi*, 4(1).

- Purwianti, L., Nuzula Agustin, I., Melodya, D., Erlin, E., Erni, E., Maggie, M., & Meliana, M. (2023). Analisa Pengaruh Service Quality, Price, Satisfaction, Trust, dan Product Quality terhadap Customer Loyalty Pada UMKM Morning Bakery Di Kota Batam. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(3), 148–158. <https://doi.org/10.55338/saintek.v4i3.1029>
- Putri, C. T., Umam, K., & Hudaya, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Bus TransJakarta di Halte Busway PGC 2 Koridor X (PGC 2-Tanjung Priok). *Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal*, 4(1), 56–65. <https://doi.org/10.58890/eleste.v4i1.218>
- Rachmadyaningrum, R., Hariani, D., & Herawati, A. R. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Transjakarta pada masa Pandemi. *Journal of Public Policy and Management Review*, 11(2).
- Rachmawati, D. G., & Utami, C. W. (2021). Customer Experience terhadap Customer Loyalty dengan Mediasi Customer Engagement dan Customer Trust CV. Wahyu Pratama. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(5), 440–448. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i5.1821>
- Ramadhan, Y., & Games, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Pangkas Rambut Densiko Bukittinggi. *Media Manajemen Jasa*, 11(1), 45–55.
- Resika, Y., Wahab, Z., & Shihab, M. S. (2019). Customer Perceived Value dan Customer Trust: Identifikasi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Go-Car. *Journal of Management and Business Review*, 16(1), 1–22. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v16i1.138>
- Rosyidi, S. H. D. (2024). Analisis Minat Pengguna Transjakarta Melalui Vending Machine Kartu Transjakarta.
- Rusli, M. K. (2023). Pengaruh Perceived Value, Satisfaction dan Trust Berpengaruh terhadap Loyalty. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 634–644. <https://idm.or.id/JSER/index>.

- Salim, Y. E., & Setiobudi, A. (2024). the Influence of Service Quality, Customer Trust, and Perceived Value on Customer Satisfaction PT Bintang Mitra Sehati Jember. *Performa: Journal of Management and Start-Up Business*, 9(1), 91–100. <https://doi.org/10.37715/jp.v9i1.3791>
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sebastian, A., & Pramono, R. (2021). Pengaruh Perceived Value, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Outlet Nike Di Jakarta. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 698–711. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i3.730>
- Setiawan, B. F., Rizal, V. K. S., & Mahendra, W. (2024). Strategi kebijakan Pemerintah Provinsi Dki Jakarta dalam menanggulangi tantangan Transportasi Perkotaan. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 5(2), 145–156.
- Setiawan, L., & Sukmawati, N. (2024). Membangun Customer Satisfaction melalui Service Quality dan Customer Trust di Ruang Rawat Inap Amarilis 2 RSUD Tugurejo Semarang. *Manajemen Kreatif Jurnal (MAKRAREJU)*, 2(1), 239–252. <https://doi.org/10.55606/makreju.v2i1.2779>
- Setyawan, M. L., & Nabhan, F. (2023). Peran Relationship Marketing dalam mendorong Peningkatan Customer Value Customer Satisfaction dan Perceived Service Quality terhadap Customer Loyalty. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(6), 713–723. <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>
- Sisvanka, A., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Perceived Value terhadap Kepuasan Konsumen Carne Smoked BBQ Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 203–212.
- Slack, N., Singh, G., & Sharma, S. (2020). Impact of perceived Value on the Satisfaction of Supermarket Customers: Developing Country Perspective. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(11), 1235–1254. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2019-0099>



- Sukma, D. V. (2022). *Hubungan Minat Pengguna Bus Transjakarta Melalui Aplikasi Tije dan Non Aplikasi Tije Pada Koridor 01 Rute Blok M - Kota.*
- Svare, H., Gausdal, A. H., & Möllering, G. (2020). The function of Ability, Benevolence, and Integrity-based Trust in innovation networks. *Industry and Innovation*, 27(6), 585–604. <https://doi.org/10.1080/13662716.2019.1632695>
- Taherdoost, H. (2019). What Is the Best Response Scale for Survey and Questionnaire Design; Review of Different Lengths of Rating Scale / Attitude Scale / Likert Scale. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)*, 8(1), 1–10. <https://ssrn.com/abstract=3588604>
- Theresia, & Briliana, V. (2021). Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty pada Pelanggan Kfc di Jakarta. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM*, 11(01).
- Tjondronegoro, S. D. K., Firdausiyah, N., & Agustin, I. W. (2023). Evaluasi Kinerja Operasional dan Pelayanan Bus Pengumpan Transjakarta Rute 1C. *Planning for Urban Region and Environment*, 12(3), 99–108.
- Torrão, J., & Teixeira, S. (2023). The Antecedents of Customer Satisfaction in the Portuguese Telecommunications Sector. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su15032778>
- Trilaksono, A. I., & Prabowo, B. (2022). Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening: *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(1), 101–112. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i1.1262>
- Violeta, L. G., & Farida, S. N. (2023). Pengaruh Brand Image dan Customer Experience Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening terhadap Customer Loyalty pada McDonald's Rungkut di Surabaya. *SEIKO: Journal of Intelligentia & Business*, 6(1), 673–685. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.457>
- Wahyuni, Y., & Yunensi, M. (2022). Analisis Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Online Zalora Indonesia. *Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 1(2). <https://doi.org/10.26798/manise.v1i1.591>
- Walean, R., Ambalao, S., Roring, M., & Rihi, M. L. (2022). Pengaruh Service

- Quality, Corporate Image dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty yang Dimediasi oleh Customer Satisfaction di Rumah Sakit Advent Manado. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(2), 853–878. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.2.853-878.2022>
- Wijaya, J., & Fadli, J. A. (2022). Pengaruh Perceived Value, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Customer di Mediasi Kepuasan. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1(1), 95–111. <https://jmi.rivierapublishing.id/>
- Wina, & Masman, R. R. (2019). Prediksi Commitment, Trust, Perceived Value dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(2), 364–373. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i2.5097>
- Wirjana, N. Y., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Bisnis (Studi pada Konsumen E-Commerce di Jakarta Barat) E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(5), 217–223. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i5.9231>
- Yani, M. I., & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443–472. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>
- Yonatan, A. z. (2024). *Jakarta Masuk Jajaran Kota Termacet di Dunia*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/jakarta-masuk-jajaran-kota-termacet-di-asia-cUbbX>

*Intelligentia - Dignitas*