

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2012). *Partial Least Square (PLS) : alternatif structural equation modeling (SEM) edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Adriani, V., & Realize. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Stainlessindo Anugrah Karya di Kota Batam. *Jurnal Pundi (2) 2*, 169-180.
- Agustin, C., & Singh, J. (2005). Curvilinear Effects of Consumer Loyalty Determinants in Relationship Exchanges Vol. 42 No. 1. *Journal of Marketing Research*, 96-108.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE) 8 (3)*, 86-94.
- Arif, M. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8 No. 2.
- Atmodjo. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Dharmmesta, B. S., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Erpurini, W., Alamsyah, N., & Kencana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Kepercayaan Konsumen Lazada. *EKUITAS Vol. 3 No. 4*.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, N. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- Hair. (2017). *A Primer on Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Edisi 2*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: SAGE.
- Hidayat, N. D. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empiric Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.

- Indriyani, F., & Helling, L. S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website, Kepercayaan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *JURNAL RISET MANAJEMEN*, 56-68 Vol. 5 No 1.
- Ismawanto, T., Setianegara, R. G., & Rahmani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Frontliner Terhadap Kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman Unit Klandasan. *Jurnal JBK Press Vol.16 No.1*.
- Jayanti, I. F., Suyuthi, N. F., & Atief, A. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Tingkat Kepercayaan Pada PT Sicepat Express Cabang Wonomulyo. *POMA Jurnal : Publish Of Management*, Vol. 1 No. 1.
- Jayanti, K. F., Fatimah, F., & Izudin, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang JNE di Besuki. *RELASI Jurnal Ekonomi*, 182-191 Vol. 18 No. 1.
- Juliandi, A. (2018). Structural equation model based partial least square (SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS. *Jurnal Pelatihan SEM-PLS Program Pascasarjana Universitas Batam*.
- Kismono, G. (2001). *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPF.
- Komala, R., & Selvi, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Manajemen. Vol. 13 (3)*, 483-491.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ketiga belas*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, M. K., & Turban, E. (2001). A trust model for consumer internet shopping. *International Journal of Electronic Commerce*, 75-91.
- Lesmana, R., & Ratnasari. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT Radekatama Piranti Nusa Vol. 2 No. 2. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo Vol. 7 No. 1. *AGORA*.

- Majid, S. A. (2009). *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19 Vol. 5 No. 2. *IKRAITH-EKONOMIKA*.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari. *Jurnal Pundi, Vol. 07, No. 01*.
- Ningtiyas, T. S. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang. *IQTISHADEquity, Vol. 2 No. 1*.
- Pardede, R., & Manurung, R. (2014). *Analisis Jalur/Path Analisis Teori dan Aplikasi Dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Rhineka Cipta.
- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Febrianto, S. (2018). Price, Service Quality and Trust On Online Transportation Towards Customer Satisfaction Vol. 21 No. 2. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 240-264.
- Pratiwi, K. W., & Suparna, G. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Pada Camely Salon di Kota Denpasar Vol. 7 No. 9. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4947-4970.
- Rahmatika, S., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh E-service Quality Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening PIn Mobile. *eProceedings of Management (7)*, 1.
- Raiyan, M., & Siregar, M. R. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Variabel Kepercayaan Pada Pengguna Jasa Angkutan Gojek Di Banda Aceh Pada Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6 (1).
- Ramsey, B., & J., S. (2007). User's Willingness to Pay on Social Network Site. *Journal of Computer Information Systems, Vol. 51, No. 4*, 187-199.
- Romindo, R., & Muttaqin, M. S. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi, dan Inovasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Saladin, & Oesman. (2002). *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Bandung: Linda Karya.
- Santoso, S. (2011). *Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan Amos 18*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Sitinjak, T. J., & Sugiharto. (2006). *LISREL*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriyanto, & Ernawati. (2010). *Pemasaran Industri, Jasa Kesehatan*. Yogyakarta: Andi.
- Sutama. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, kualitatif, PTK, dan R&D*. Kartasura: Fairuz Media.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran, ed. 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vandayuli. (2003). Kepercayaan Pembeli terhadap Perusahaan Pemasok Dalam Hubungannya dengan Antisipasi Pembelian Diwaktu yang Akan Datang. *Media Riset dan Manajemen, Vol. 3 No. 2*, 146-154.
- Wicaksono, Y., & Santoso, B. S. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang) Vol. 4 No. 4.
- Wicaksono, Y., & Santoso, S. B. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Volume 4, No. 4. *Diponegoro Journal Of Management*, 1-11.
- Winahyuningsih, P. (2010). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gripta Kudus. *Fakultas Ekonomi Universitas Muria*, 1-17.
- Yandi, A. (2019). Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan yang di Mediasi oleh Kepercayaan (Survey Pada BRI Kcp Unit Kuamang Kuning Kabupaten Bungo) Vol. 4 No. 1. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 156-162.
- Yasmaniar, V. H. (2008). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Debitur Modal Kerja Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Solo Tbk*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Yoon, S. J. (2002). The antecedents and consequences of trust in online-purchase decision Vol. 16 No.2. *Journal of interactive marketing*, 47-63.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Service Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm*. Singapore: McGraw-Hill.