

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2017) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Apriliani, R. A. E. (2019). Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Equity* dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo). *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), pp 112-121.
- Augusty, Ferdinand. (2017). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Basu Swasta. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- David. (2018). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online Grab Agora. Vol. 6, No. 2.
- Delgado, Elena and Manuera. (2017), "*Does Brand Trust Matter to Brand Equity?*", *The Journal of Product and Brand Management*. Vol. 14 No.2/3, pp. 187-196.
- Ghozali, Imam. (2017). "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handriano, Rory Dan Mohdari. (2020). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan *Marketplace* (Studi Kasus Pelanggan Tokopedia). *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. Vol.13 No.1. Hal 99-114.
- Hasan, Ali. (2017). *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.

- Kotler, Philip dan Armstrong. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler dan Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Laurent, Felicia. (2017). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan Agora. Vol. 4, No. 2. Hal 95-100.
- Lovelock, Christoper dan Wright, Lauren K. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indonesia: PT. Indeks.
- Nalendra, Aloysius Rangga Aditya. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Im3 Madiun). Vol 3 No 2: *Jitk Issue* 2018. Pp 281-288
- Ndun, Lia Arisyanti. (2019). Analisis Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Layanan Internet Indihome. Vol 3, No 1. Pp 78-84.
- Romadhan, Madan Rakhmat, dkk. (2019). *E-Service Quality* Kepuasan Konsumen Melalui E-Commerce Terhadap Loyalitas Konsumen. Vol. 10 No. 2. Pp 150-163.
- Saragih, Megasari Gusandra. (2019). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* Melalui *E-Satisfaction* (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan). Vol. 3 No. 1 . Pp 190-195.
- Setijono, D dan Dahlgaard, J. (2017). *Customer values as a key performance indicator (KPI) and a key improvement indicator (KII)*. *Measuring Business Excellence*, Vol. 11, No. 2. pages: 44-61.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV.Afabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Sunandra, Sunandra. (2019). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka Pada Komunitas *Backpacker* Karawang. *Value Journal Of Management And Business*. Vol. 4 No. 2.
- Suryani, Tatik. (2018). Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2018). *Service, Quality and Satisfaction*, ed. 3. Yogyakarta: Andi.