

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Seri Pustaka Kunci.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multiverse Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Putong, I. (2015). *Ekonomi Makro: Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Solimun, Fernandes, A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat*. UB Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonomika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.

### Jurnal

- Abid, M. M., & Dinalestari. (2019). Pengaruh E-Security dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Fisip Undip. *Diponegoro Journal of social and Politic*, 1-8.
- Affandi, M., Suherman, & Aditya, S. (2023). Efek Mediasi Brand Trust dalam Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Bukalapak. *Sinomika Journal*, 1499-1516.
- Almana, A., & Mirza, A. A. (2013). The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumer's Purchasing Decisions. *International Journal of Computer Applications*, 23-31.

- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1-11.
- Berliana, F., & Mashadi. (2022). Pengaruh Service Quality dan customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Restaurant Pochajjang Bogor di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesehatan*, 285-292.
- Fahira, A., Rahma, T. F., & Syahriza, R. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Nasabah Bank Sumut Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 247-264.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). *Pengantar Manajemen*. Alfabeta.
- Kurnia, U. D., & Krisnawati, W. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Pembelian Erigo di Kabupaten Gresik oleh Generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 1-11.
- Lakermair, G., Daniel, K., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1-5.
- Lestari, F. P. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan. *Sosio e-kons*, 179-187.
- Linardi, E. (2019). Pengaruh service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Overall Customer Satisfaction Sebagai variabel Intervening di BCA Rungkut Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1-12.
- Muniarty, P., Wulandari, & Saputri, D. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Pada Marketplace Shopee. *Equilibrium*, 1-6.
- Nurhadi, & Azis, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Kesetiaan Konsumen. *Jurnal Economia*, 89-98.
- Octaviany, A., Norisanti, N., & Jhoansyah, D. (2019). Determinasi Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada House Of Kage Sukabumi. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 1-7.
- Priambodo, D. A., & Farida, N. (2020). Pengaruh E-Website Quality dan E-Service Quality terhadap E-Repurchase Intention melalui E-Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 335-345.

- Priangga, I., & Munawar, F. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap keputusan Pembelian di Marketplace Lazada (Studi Pada Mahasiswa di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi*, 399-413.
- Purbarani, V. H., & Santoso, S. B. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal Of Management*, 1-9.
- Rahmalia, P., & Chan, S. (2019). Pengaruh Service Quality dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 66-76.
- Rezeki, S., & Ninie. (2019). Pengaruh harga, Online Customer Review dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 1-12.
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth, and Price Consciousness Terhadap Minat Beli di Shopee. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 435-448.
- Rommy, F. A., & Murtiningsih, D. (2020). Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Customer Relationship Management dan Service Quality Terhadap Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 10-24.
- Rosida, S., & Rosanti, E. D. (2022). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian On-Line Mahasiswa STIE Unisadhuguna di PT. Tokopedia. *Journal Economic and Business UBS*, 192-203.
- Sahin, A., Kitapci, H., & Zehir, C. (2013). Creating Commitment, Trust and Satisfaction for a Brand: What is the Role of Switching Costs in Mobile Phone Market? *Social and Behavioral Science*, 496-502.
- Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Trust Sebagai Varibel Mediasi. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1-10.
- Simanjuntak, H. P. (2017). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap Produk Lokal. *Jurnal Teknologi dan Rekayasa*, 19-29.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Kualitas Layanan Terhadap keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan

Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Journal of Business Studies*, 41-53.

Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). The Effect of Online Costumer Review Toward Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetic in Indonesia. *International Conference on Ethic of Business, Economics, and Social Science*, 218-230.

Verriana, R. I., & Anshori, M. Y. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan (Service Quality) Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pada Mahasiswa Universitas Surabaya. *Accounting and management Journal*, 63-79.

Wahyudi, T., Handayani R, B., & Sarmo, S. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk fashion Shopee Online Shop. *Jurnal Riset Manajemen*, 1-7.

#### **Website**

Jayani, D. H. (2019). *Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh*. Retrieved from databoks.katada.co.id: <https://databoks.katada.co.id>

*Top Brand Index*. (2023). Retrieved from Top brand Award: <https://www.topbrand-award.com>