

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T dan Francis, T. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Abid, Muhammad S. Zahra, S. dan Yaseen, A. (2017). Impact of service quality and trust on repurchase intentions - the case of Pakistan airline industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Akdon, & R. (2013). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Alfabeta.
- Belopa, E. M. (2015). Hubungan Kepercayaan Merek dan Persepsi Kualitas dengan Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Silver International Clinic Balikpapan. *Ejournal Psikologi Fisip Unmul*, 659–671.
- Costabile, M. R. (2004). A Dynamic Model of Customer Loyalty. *Proceedings of the 31st Annual Conference of the European Marketing Academy*.
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta*. 10(1).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Media Pressindo.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Aditama.
- Islamiyah, N., Hidayati & Rizal, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada pengguna E-commerce Shopee Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kesuma, et. al. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotel Banda Aceh. *Jurnal Manajemen*, 4(4), 172–192.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th Edition New Jersey*. Pearson Prentice Hall, Inc.

- Krisnanda, S., dan R. (2019). Pengaruh Nilai Hedonik Dan Nilai Utilitarian Terhadap Minat Beli Ulang Online Shop Shopee (Studi Pada Mahasiswa D-IV Manajemen Pemasaran Angkatan 2015 - 2018 Politeknik Negeri Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 214.
- Kuncoro, E. dan R. (2013). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Alalisis Jalur)*. Alfabeta.
- Lin, L.-Y. and Lu, C.-Y. (2010). The influence of corporate image, relationship marketing, and trust on purchase intention: the moderating effects of word-of-mouth. *Tourism Review of Aiest - International Association of Scientific Experts in Tourism*, 65(3), 16.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- McKnight, D.H. dan Chervany, N. L. (2012). What Trust Means In E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(2), 35–39.
- Namukasa, J. (2013). The Influence Of Airline Service Quality On Passenger Satisfaction And Loyalty The Case Of Uganda Airline Industry. *The TQM Journal*, 25(5), 520–532.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Gava Media.
- Pujawan, I. N. (2010). *Supply Chain Management*. Guna Widya.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 164.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1).
- Samosir, B. S. (2014). *Pelaksanaan Kewajiban Pengelolaan Laundry oleh Pengelola Usaha Laundry dalam Pengendalian Pencemaran Lingkungan*.

- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Kencana Prenada Media Group.
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. PT. Refika Aditama.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., Sabol, B. (2002). Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*, 66(1), 15–37.
- Sjharuddin, B. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sundayana, R. (2014). *Statistika Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Syahputra. Imawan. Zakaria, I. D. (2015). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis*, 40.
- Tjipto, F. (2014). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Andi Offset.
- Tjiptono dan Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Andi Offset.
- Trisusanti, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM)*, 4(2), 1–16.
- Tumbel, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyaliats Nasabah Pada PT. Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 3(1), 64–79.
- Ziaullah, M. (2014). The Influence Of Product Quality and Delivery Services on e-Trust and e-Satisfaction in China. *International Journal of Advancements in Research & Techlogy*, 3(10).