

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. (2018). Pengaruh Review Blog Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Niat Transaksi Online. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13, 10–27.
- Andari, M. P., & Mulyantomo, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel Pandanaran Semarang). *Solusi*, 18(3), 77–88. <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i3.2610>
- Aripin, Samsul. 2011. Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*. Volume 8 No. 1.
- Dewi. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management*. Volume 2 No. 2.
- Handoko, Bagus. Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*. Volume 18 No. 1.
- Hasbi, H. S., & Apriliani, R. A. E. P. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 365–371. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i2.1753>
- Indriyani, F., & Helling, L. S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website , Kepercayaan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 5(1), 56–68. <https://doi.org/10.32477/jrm.v5i1.42>
- Juliana. (2020). *Brand Image , Perceived Quality , Ease of Use , Trust , Price , Service Quality on Customer Satisfaction and Purchase Intention of Blibli Website With Digital Technology As Dummy Variable in the Use*. *Journal of Critical Reviews*, 7(11), 3987–4000.
- Khuzaini & Andhini. (2017). Pengaruh Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Volume 6 No. 7.
- Malik & Rahmadi. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.com Di Jakarta Pusat.

Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani. Volume 3 No. 1.

- Permatasari, L. D., & Santosa, S. B. (2021). Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1–6. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Prasilowati, S. L., Suyanto, S., Safitri, J., & Wardani, M. K. (2021). *The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: The Role of Price*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 451–455. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.451>
- Ricky Rafii Ritonga, Christian Ardy, Felix Giovanni Chandra, Nicholas Geral Cendana, & Egon Sius Purba. (2022). *The Effect Of Promotion, Price, And Quality Of Service On Customer Satisfaction Of PT. Aseng Keto Sukses Medan*. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(1), 100–103. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i1.422>
- Santosa & Permatasari. (2021). Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 10 No. 4.