

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N., DH, Achmad Fauzi, & Nuralam, inggang perwangsa. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pengguna Kartu Operator Seluler Simpati pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Fakultas Ilmu Administrasi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 64(1), 92–101. 1
- Alhouz, F., & Hasouneh, A. (2020). *The impact of corporate social responsibility on customer citizenship behavior: The mediating role of customer-company identification and moderating role of generation*. *Journal of Sustainable Marketing*, 1(1), 10–21. <https://doi.org/10.51300/josm-2020-13>
- Annisa, M. (2020). *Analysis of The Effect of Price, Promotion, Trust, Service Quality on Consumer Loyalty in Use of Shopee Online Store*. 1–7. <https://doi.org/10.4108/eai.20-6-2020.2300632>
- Arzaq Akbar, A., & Djatmiko, T. (2016). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Dan E-Customer Loyalty Pada Lazada.Co.Id the Impact of E-Service Quality Towards E-Customer Satisfaction and E-Customer Loyalty in Lazada.Co.Id*. 3(1), 142–150.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). *Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee Effect of e-service quality on customer satisfaction on shopee e-commerce site*. 13(1), 55–62.
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p06>
- Khamza, K. P. (2018). konsumen pengguna kereta api(*Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Kaligung*). 1–18.
- Nastiti, A., & Astuti, S. R. T. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 126–136.
- Ni Luh Putu Juniantari, Ni Putu Nita Anggraini, I. G. Y. H. (2020). *Pengaruh Service Quality Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Transportasi Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Ganesa Transport*. 10(2014), 107–115.

- Prasada, I. P. E. A., & Ekawati, N. W. (2018). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5284. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p04>
- Puspaningtyas, R. (2017). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Vaseline Hand & Body Lotion (Survey Di Griya Ujung Berung)*. 113(2), 207–221.
- Putri, A. E., & Verinita. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality, E-Recovery Service Quality Terhadap Loyalitas Melalui Perceived Value Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Shopee Di Kota Padang). *Lilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(4), 733–752.
- Septiani, R., & Nurhadi, N. (2020). Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 10(2), 249. <https://doi.org/10.12928/fokus.v10i2.2886>
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p16>
- Wiyono. (2013). Contoh Metode PLS.metode penelitian ilmiah, 84, 487–492. <http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>
- Widjaja, Y. R. (2016). Loyalitas merek sebagai dampak dari kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 1-13.