

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayuni, Amanda, S. N. S., Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Continuance Usage Intention Platform Dana Dompot Digital Oleh Generasi Y dan Z. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. xx, No. 3, 196-211.
- Aziz, A. A., Harahap, D. A., & Maharani, S. A. E. (2022). Pengaruh Brand Image, E-Service Quality dan Digital Payment Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna ShopeeFood di Kota Bandung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 2, No. 2, 1449-1454.
- Bandawaty, E., Huriyati, R., & Dirgantari, P. D., (2020). Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Bentuk Inovasi Pemasaran Bukalapak. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, No. 1, 81-86.
- Diana, A., Tjiptono, F. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fauziah, Auliyatul. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Online Blibli.com. *Skripsi, Universitas Islam 45*.
- Fauziah, S. A., Hasbi, I. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Berrybenka. *Journal of Management*, Vol. 5, No. 3, 25-31.
- Ghozli. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. *Jurnal. Universitas Diponegoro*.
- Ibrahim, A., Elisa, F. S., Fernando, J., Salsabila, L., Anggraini, N., & Arafah, S. N. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi My Telkomsel. *Journal Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, Vol. 3, No. 3, 302-311.
- Idzni, S. N., Saidani, B., & Fidhyallah, N. F. (2021). Pengaruh Brand Image dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pengguna Wifi Rumah X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, Vol. 2, No. 3, 4-5.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Indonesia: Unitomo Press.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson.
- Najib, R. G., Dewi, R. S., & Suryoko, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Lazada di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 11, No. 2, 350-352.

- Putra, I. G. N. K. S., Dewi, L. K. C. (2019). Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Serta Loyalitas Pengguna Aplikasi Gojek di Tambanan. *Journal of Applied Management Studies (JAMMS)*, Vol. 1, No. 1, 39-48.
- Qomariah, Nurul. (2021). *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung: Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai*. Pustaka Abadi.
- Salsabila, F., Hidajat, W., & Nugraha, H. S. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 11, No. 2, 256-268.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyudi, Aldi. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang di E-Commerce Shopee. *Skripsi, Universitas Islam 45*.
- Wulandari, Adinda. (2022). Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *Skripsi, Universitas Islam 45*.
- Yusup, M. R., Hermina, T. & Rismanto, H. (2021). E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Studi Kasus Pada Penggunaan Aplikasi Reddoorz. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 15, No.1, 36-46.

Zaky, N. S. A., Nugraha, H. S., & Farida, N. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada E-Commerce Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 11, No. 1, 71-72.