

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Aswaja Pressindo.
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (T. Q. Media (ed.)).
- Adriza. (2015). *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi Yang Berbasis Vokasi*. CV Budi Utama.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1st ed.). Sukabina Press.
- Ejdys, J., & Gulc, A. (2020). Trust in courier services and its antecedents as a determinant of perceived service quality and future intention to use courier service. *Sustainability* (Switzerland), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su12219088>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. CV Budi Utama.
- Firmansyah, M. A. (2019a). *Pemasaran Dasar dan Konsep* (Q. Media (ed.); 1st ed., Issue June). CV Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019b). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.); 1st ed.). Qiara Media.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares*. Badan Penerbit Undip.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *SAGE* (Vol. 46). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>
- Haning, M. T., Hasniati, & Tahili, M. H. (2020). *Public Trust Dalam Pelayanan Publik : Konsep, Dimensi, dan Strategi* (1st ed.). UPT Unhas Press.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS* (1st ed.). PT Luxima Metro Media.
- Hidayat, A. (2007). *Strategi Six Sigma*. PT Elex Media Komputindo.
- Jatmiko, WPT, A. A., & Sudarwan. (2020). *Manajemen Pemasaran*. In *Universitas Esa Unggul* (1st ed.). University Press UEU.
- Keller, K. (2016). Marketing Management. In S. Wall (Ed.), *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22).
- Nainggolan, N. T., Munandar, Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, Hastuti, P., Adriana, D. P. Y., Sudirman, A., Gandasari, D., Mistriani, N., Kusuma, A. H. P., Rumandang, A., & Gusman, D. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Digital* (J. Simarmata (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Paluwati, L., & Bachri, S. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan dan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening*.

06, 1–11.

- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *The Journal Of Business and Management*, 3, 72–85. <https://doi.org/10.31857/s0320930x20040088>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.
- Raheni, C., Putra, S. M., & Fery. (2021). Peran Mediasi Kepercayaan Konsumen pada Pengaruh E - Service Quality dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Niat Untuk Menggunakan Layanan Transportasi Online Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Sinar Manajemen*, 08, 65–74. <http://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM/article/view/1439>
- Sari, A. . A. R. P., & Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan Pelanggan* (Andriyanto (ed.)). Lakeisha.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Prenada Media Group.
- Setyawati, S. M. (2019). *Dampak Integrasi E-Service Quality dan E-Satisfaction pada E-Repurchase Intension Konsumen Aplikasi Go-Jek Kategori Go-Ride*. 26(708), 77–84.
- Tyas, A. A. W. P., & Nurhasanah, N. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kemudahan Pada Situs Jual Beli Online. *Jurnal Ekonomi*, 10, 61–72.
- Undang-Undang. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia. In *Undang-Undang Republik Indonesia*.
- Wijaya, H. R., & Astuti, S. R. T. (2018). The Effect of Trust and Brand Image to Repurchase Intention in Online Shopping. *International Conference on Economics, Business and Economic Education*, 915–928. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3182>
- Yulianto, E. (2020). *Bisnis Online dan E-commerce*. Inteligencia Media.
- Zahara, Z., Rombe, E., Ngatimun, N., & Suharsono, J. (2021). *The effect of e-service quality , consumer trust and social media marketing on intention to use online transportation services*. 5, 471–478. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.4.001>