

DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari. (2021). *Pengelolaan data panel untuk penelitian bisnis dan ekonomi dengan Eviews 11*. UPP STIM YKPN.
- Andhini, A., & Khuzaini. (2022). PENGARUH TRANSAKSI ONLINE SHOPPING, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 16(1), 1–23.
- Arifin, S. (2011). pengaruh kepercayaan, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel jepara indah. *Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah*, 8, 67–78.
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Azizah, W. N. (2024). *Analisis Pengaruh Desain Produk , Digital Marketing , Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Abata Printing Purwokerto*. 02(02).
- Budi Utomo, S., Marjuki, A., Hardian, A., Adi Pratama, I. W., & Masud, M. I. (2024). Pengaruh Word of Mouth, Social Media Marketing dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna iPhone. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 1387–1393.
- Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, & Sofiana Jelita. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11568>
- Dr.Sudaryono. (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN (Teori & Implementasi)*.
- Efnita, T. (2017). Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada. *Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 172–180.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisa Data*.
- Ghozali, I. (2013). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yoga Pratama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.

Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2020). *Grand Theory*.

Gunawan. (2018). *Mahir Menguasai SPSS*. CV BUDI UTAMA.

Hidajat, K., & Fahlevi, A. (2020). pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen dimediasi kepuasan konsumen (Survei Pengguna Tokopedia Generasi Milenial Jakarta Utara). *Journal for Business and Entrepreneurship*, 19(2), 1–17.
<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/JBE/article/view/5202>

Indrayani. (2019). *Manajemen Pemasaran*.

Iranita, I. (2021). Pengaruh Service Quality Dan Customer Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Maskapai Penerbangan Lion Air (Studi Kasus Bandara Internasional Raja Haji Fisabilillah Tanjungpinang). *Bahtera Inovasi*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.31629/bi.v1i2.3345>

Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis E-Wom, Online Shopping Experience dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Tepak Manajemen Bisnis*, XI(2), 289–307.

Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>

Kasmir. (2017). *Customer Services Exellent “teori dan praktik.”* Rajawali Pers.

Khamali, A. F., Suddin, A., & Sutarno. (2025). Pengaruh Kualitas Produk kualitas pelayanan dan trust terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pos Indonesia Cabang solo. *Journal of Molecular Structure*, 1323(2), 184–195.
<https://doi.org/10.1016/j.molstruc.2024.140774>

Kompasiana. (2024). *fenomena wedding organizer di era sekarang*.

kotler dan keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17Th Global Edition)*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.

Muqodasih, L. D., & Indriastuti, A. (2023). PERAN KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHOPEE. *Capital Kebijakan Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 2, 41–52.

- Murtasidah, M. (2023). Studi Kualitatif Faktor Penghambat Persalinan di Tenaga Kesehatan Berdasarkan Theory of Planned Behavior _ Murtasidah _ Jurnal Keperawatan Jiwa. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 11(3), 629–636.
- Ningtias, A. S., & Sugiyanto. (2023). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA MARKETPLACE TOKOPEDIA. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Nurmadia. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WEDDING ORGANIZER SALON NUNU MAJENE DI KABUPATEN MAJENE. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Oktariansyah. (2017). *Pemasaran*.
- Paramita, ratna wijayanti daniar, Rizal, N., & Sulistyan, riza bahtiar. (2021). *metode penelitian*. widyagama press.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Ketiga)*. WIDYA GAMA PRESS.
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. bahtiar. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, Edisi 3*. Press Widya Gama.
- Pasaribu, K., & Yuliawati. (2019). Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 2(2), 99–112. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/439>
- Philip Kotler Dan Kevin Lanne Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (13 (ed.); 13th ed.).
- Priansa, D. juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum*. ANDI.
- Putra, T. M., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2019). *Analisis E-Service dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Website*. 1, 1–23.
- Putri, C., & Trisnowati, J. (2021). *Surakarta Management Journal*. *Surakarta Management*, 2(1), 103–110.
- Rifai'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*.

Rondowunu, & Komalig. (2014). *Manajemen Pemasaran*.

Sari, P. A. P., Wahyuni, I., & Ediyanto, E. (2024). Pengaruh Keragaman Produk, Fasilitas Dan E-Wom Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Fortuna Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(6), 1133. <https://doi.org/10.36841/jme.v3i6.5033>

Satori, D., & Komariah, A. (2014). *Metode penelitian kualitatif*.

Siahaan, wita nensa. (2021). *PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PADA SITUS BELANJA ONLINE LAZADA DI BATAM*.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian “Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D.”* ALFABETA.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Suryani, & Hendryadi. (2018). *METODE RISET KUANTITATIF* (PRENADAMEDIA GROUP (ed.)).

Syeha Rahmawati, N., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Lazada di Wilayah Kota Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan*, 1(1), 40–53. <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v1i1.82>

Tjiptono, F. (2000). *MANAJEMEN PEMASARAN STRATEGIK*. PENERBIT ANDI.

Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran*.

Tjiptono, F. (2017). *pemasran strategik*.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik, Edisi 3*. Andi.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.
- Ummah, M. S. (2019). ANALISIS E-SERVICE DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA WEBSITE. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Utami, R. D. (2022). *digital marketing* (M. . Riyanto Wujarson, SE, Ak. (ed.); 1st ed.). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Wisnu W, L. M., Saufi, A., & Handayani, B. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Medina Wedding Organizer. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 12(4), 349–360. <https://doi.org/10.29303/jmm.v12i4.785>
- Yayan, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANTOR POS INDONESIA (PERSERO) KOTA TANGERANG. *Journal of Management Revie*, 4(1)(1), 447–455.

