

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, C. W. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 01(02), 33–49.
- Anggara, S., & Oktafani, F. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Reddoorz Damanaka. *EProceedings of Management*, 8(3). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14953>
- Antara, I. M. R. S., & Rastini, N. M. (2022). The Influence of Brand Image, Sales Promotion and Quality of Service on Customer Satisfaction Car Rental Service. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 223– 226. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1273>
- Cahaya, F., eProceedings, S. F.-, & 2022, undefined. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies Di Palimanan Cirebon. ... *.Telkomuniversity.Ac.Id*, 8(1), 869–878. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17670>
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/ebis.v3i2.124>
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 50–62. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Diputra, I. G. A. W., & Yasa, N. N. (2021). the Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(01), 25–34.
- Eviani, I., & Hidayat, Y. R. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11–19. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>
- Fauziah, K. N., Sudianto, & Nabella, S. D. (2022). Pengaruh Kelengkapan Data,

Ketelitian, Kecepatan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Federal International Finance (Fif) Cabang Batam. *Postgraduate Management Journal*, 2(1), 40–51.

Ghozali, L. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi Ke 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang

GS, A. D., & Istanti, E. (2022). The Role of Timeliness in Improving Customer Satisfaction, Customer Loyalty of PT. JNE. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 5(2), 339–345. <https://doi.org/10.29138/ijeed.v5i2.1782>

Hafizha, S., Abdurrahman, & Sri Nuryani, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.266>

Ihsan, M. N., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap minat beli ulang. *Forum Ekonomi*, 24(1), 170–176. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i1.10586>

Isyanto, P., & Wijayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pada Masa Pandemi COVID-19. *Owner*, 6 (2), 2101–2111. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.818>

Japariato, E. (2018). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Retention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Ekspedisi Laut Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.25>

Jaya Sakti, B., & Mahfuzh. (2018). PELANGGAN (Studi pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Juniariska, S., Rachma, N., & Primanto, alfian budi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketetapan Waktu, dan Tarif Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Studi Kasus pada Pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Gempol). *Journal Riset Manajemen*, 9, 143–156. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22343>

Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11159>

Kotler, P., & Keller, K. . (2014). *Manajemen Pemasaran Jilid I* Edisi ke 12.

Jakarta: Erlangga

- 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>
- Mawarni, O. D., & Adi, S. W. (2022). Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Pada J&T Express Cabang Kota Karanganyar). *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 445–450. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/556/372>
- Nugroho, M. A., & Hidayati, L. L. A. (2020). Pengaruh Brand Association, Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust dan Consumer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Produk Smartphone Merek Xiaomi Di Magelang. *UMMagelang Conference Series*, 566–584. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/4684>
- Okta Pradita, S., & Arifin Sitio. (2020). the Impact of Brand Image and Service Quality on Buying Decisions and Its Implication on Consumer Satisfaction (Case Study At Pt Imi). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(3), 394–408. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i3.243>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Pramezwary, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24–31. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9376>
- Pramudita, A. S., & Dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: J&T Express Dp Padang Sidempuan). *Jurnal Bisinis Dan Pemasaran Poltekpos*, 12(1), 1–9.
- Sangereng, I., & Ikhsan, R. B. (2021). Faktor Penentu Kepuasan Pengguna Layanan Logistik di *The Determinants of User Satisfaction with Logistics Services in E-Commerce*. 08(02).
- Siburian, W., & Kartika, L. N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada J&T Express Semarang. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., March, 5–24.
- Sunarmintyastuti, L., Arie Prabowo, H., Sandiar, L., Aries Suprpto, H., Manurung, L., & Iramdan. (2021). Pengaruh Pelayanan Daring dan Ketepatan Waktu Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan BPRS AL Salaam Cilengsi Bogor.

Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 7(1), 1–7.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5734203>

- Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8764>
- Sugiyono, P.D.2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Soemohadiwidjojo, T. (2018). *SOP dan KPI untuk UMKM & Starup*. Jakarta: Raih Asa Sukses
- Trianto. (2018). Kurs : Jurnal Akuntansi , Kewirausahaan dan Bisnis. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), ISSN 2527-8223.
- Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image , Kepercayaan , Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 300–312. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/2930/2260>
- Uvet, H. (2020). Importance of logistics service quality in customer satisfaction: An empirical study. *Operations and Supply Chain Management*, 13(1), 1–10. <https://doi.org/10.31387/OSCM0400248>