

Daftar pustaka

- [1] Imasari, K., & Nursalin, K. K. (2011). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT BCA Tbk. *Fokus Ekonomi*, 10(3), 183–192.
- [2] Hidayat, D. R., & Firdaus, M. R. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan : (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy di Palangka Raya). *Wawasan Manajemen*, 2(3), 237–250.
- [3] Mujiati, H., & Sukadi. (2016). A simple method for studying low-gravity sloshing frequencies. *Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Stok Obat Pada Apotek Arjowinangun*, 4, 11. <https://doi.org/10.1098/rspa.2003.1154>.
- [4] <https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/analisis.html>
- [5] Dwyer, F. Robert, Shurr, Paul H. & Oh, Sejo. 2007. Developing buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 51 (2), 11-27.
- [6] Moorman dkk, 2009, Factors Affecting Trust in Market Research Relationship, *Journal Marketing Research*, Vol 57 (January), 81-101.
- [7] Anderson dan Weitz, 2002, A Model Of Distributor Firm And Manufacturer Firm Working Partnerships. *Journal of Marketing Volume 54*, No.1, pp.42-58.
- [8] Meyer J. P., Allen, N. J. & Smith C. A. (1993). Commitment to Organization and occupations : Extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*. 75(4) 538-531.
- [9] Gafen, D., Karahanna, E., dan Straub D. W. 2003. “Trust and TAM in online shopping : An Integrated Model”. University of Georgia.
- [10] Mukherjee, A., and Nath, P. (2003). A model of trust in online relationship banking. *International Journal of Bank Marketing*, 21(1), 5-15.
- [11] Kartajaya, 2009, Bridging to the Network Company. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta:
- [12] Evan dan Laskin, 2004, The Relationship Marketing Process: A Conceptualization and Application. *Industrial Marketing Management* , hal 439-452
- [13] Ismarrahmini, U dan Brotoharsojo, H. 2005. Pengaruh Kepribadian dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek,. *Psikologi Ekonomi dan Konsumen*. PIO Fakultas Psikologi UI, Jakarta:
- [14] Sanjaya, I., 2012. Pengukuran Kualitas layanan website kementerian kominfo dengan menggunakan metode webqual 4.0. *Jurnal penelitian iptek-kom*, 14(1), pp.1-14.
- [15] Mayalita Hasyim dan Tomi Listiawan, “Penerapan Aplikasi IBM SPSS Untuk Analisis Data Bagi Pengajar Pondok Hidayatul Muhtadu’in Ngunut Tulungagung Demi Meningkatkan Kualitas Pembelajaran dan Kreatifitas Karya Ilmiah Guru”, vol. 2, no. 1, pp 28-35, 2015.
- [16] Jamieson S. 2004. Likert Scales: How to (ab) use them. *Medical education*, 38(12); 1217-1218.
- [17] Ramadhan, N., 2019. ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA SITUS TRAVELOKA (Doctoral dissertation, STIKOM DINAMIKA BANGSA).
- [18] Muhsin, A. and Zuliestiana, D.A., 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Website (WebQual) 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna Bukalapak di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 4(3).

- [19] Aryadita, H., Widyastuti, D.A. and Wardani, N.H., 2017. Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 10(1).
- [20] Astuti, A.P. and Sari, P.K., 2016. Analisis kualitas website Lazada Indonesia berdasarkan metode webqual 4.0 dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna. *eProceedings of Management*, 3(2).
- [21] Alifiarga, H., 2019. *Penerapan metode webqual 4.0 pada pengukuran kualitas website pencarian kerja (studi kasus: Jobstreet)* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- [22] Ramadhan, N. (2019). *ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA SITUS TRAVELOKA* (Doctoral dissertation, STIKOM DINAMIKA BANGSA).
- [23] Nisza, S. R. (2021). Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Halodoc di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang. *Jurnal Pundi*, 4(3).
- [24] David Wong, "Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasi Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce : Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce Di UBM", vol. 2, no. 2, pp 155 – 168, 2017.
- [25] Ningtyas, F., & Rachmad, B. (2011). Pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan masalah dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 1(1), 51-60.
- [26] Nurfauzan, M. P. (2021). PENGARUH HARGA, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Halodoc Ditengah Kondisi Pandemi COVID-19). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- [27] Setiawan Assegaf, 2016. Analisis Perilaku User Pada Pemanfaatan Layanan Pemesanan Tiket Online Pada Aplikasi Mobile di Traveloka (Prespektif Kepercayaan dan Resiko oleh Konsumen). Hal 17
- [28] PAEWANGI, H., & Muryati, M. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KOMITMEN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN PADA BANK SULTRA. *JIM (Jurnal Ilmu Manajemen)*, 4(1), 68-80.
- [29] Rahayu, F. (2021). *Pengaruh kepercayaan konsumen, komitmen konsumen, dan komunikasi word of mouth terhadap loyalitas konsumen pada hypermart di Royal Plaza Surabaya* (Doctoral dissertation, Wijaya Kusuma Surabaya University).