

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, R., Rivai, A. K., & Sari, D. A. P. (2025). Analisis Tingkat Customer Trust Pasca Kasus Pertamina Oplosan: Studi pada Pelanggan SPBU Pertamina. *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), 637–655. <https://doi.org/10.71417/j-sime.v2i1.779>
- Saputro, A. M., Riawan, & Kristiyana, N. (2023). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Salesman, Harga, Dan Produk Kompetitor Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopiko Di Costumer Base Retail. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2). <https://doi.org/10.24269/asset.v6i2.8140>
- Aprillia, A., & Vidyanata, D. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value of Cost terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Fresh.Co. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19(1), 200–218. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v19i1.17758>
- Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Azizah, U., & Fadli, U. M. (2023). Pengaruh loyalitas dan Komitmen terhadap Penghargaan Nasabah pada Bank BJB KCP Cikampek. *Journal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 11–18. <https://doi.org/10.37673/jmb.v6i1.2804>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2023 pada lapangan usaha perdagangan besar dan eceran. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bank Indonesia. (2023). Laporan survei penjualan eceran April 2023. Jakarta: Bank

Indonesia.

Berliana, F., & Mashadi. (2022). Pengaruh Service Quality Dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Restaurant Pochajjang Bogor Di Masa Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(2), 285–292. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i2.1388>

Budiyono, & Setianingsih. (2021). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memoderasi Pengaruh Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 5(4), 445–469. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.5104>

Damawan, N. R. B., & Nurwidawati, D. (2023). Hubungan antara Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan E-commerce. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(02), 1001–1013.

Damayanti, F., & Munarsih. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Cosmetics pada Dan+Dan Villa Dago Pamulang. *Jurnal Ilmiah Publika*, 11(2), 622–632. <https://doi.org/10.33603/.v11i2.8874>

Firdaus, G., Purwanti, R. S., & Setiawan, I. (2022). Pengaruh service quality, perceived value, trust , terhadap loyalitas pelanggan pt kereta api indonesia daerah operasi tasikmalaya. *Bussinens Manajemen and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 77–89.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Haryanti, N., & Baqi, D. A. (2019). Strategi Service Quality Sebagai Media Dalam Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Journal of Sharia Economics*, 1(2), 101–128. <https://doi.org/10.35896/jse.v1i2.72>
- Hilman, N. U. A., Rahayu, D. S., Lestari, N. A., & Syaiful, R. F. (2025). Membangun Loyalitas Pelanggan Tokopedia: Peran E-Service Quality, Perceived Value, dan Customer Trust. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 11(Mei), 25–40. <https://doi.org/10.37058/jem.v11i1.14960>
- Husin, et. al., (2023). Role Of Perceived Value On Customer Loyalty Through Optimization Of Service Quality And Innovation. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(2), 308–318.
- Hutajulu, R. S., Hutajulu, I. G., & Hutajulu, R. R. (2024). Peranan Customer Trust terhadap Niat Beli Konsumen pada Strategi Sosial Media Marketing. *Journal of Social Science Management*, 01(01), 1–23.
- Ibrahim, D. (2024). Persepsi Nilai dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Kewirausahaan*, 11(2), 95–101.
- Ingepuri, P., Lubis, T. A., & Solikhin, A. (2025). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Nilai yang Dirasakan (Perceived Value) sebagai Variabel Mediasi pada Usaha Kecil di Kabupaten Muaro Jambi. *Ekonomis : Journal of Economics and Business*, 9(1), 309–317. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v9i1.2353>
- Irawan, I. C. (2025). Peran Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan dalam Membangun Niat Belanja Ulang. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu*

Ekonomi, 23(4), 519–539. <https://doi.org/10.26623/slsi.v23i4.12894>

Irawati, A., Soedarsono, B., Pranjoto, R. G. H., & Wantara, P. (2022). Membangun Loyalitas Pelanggan Toko Indomaret melalui Citra Toko. *Seminar Nasional Manajemen*, 1(2), 286–298.

Julianis, A., & Wulandari, D. P. (2023). Pengaruh Perceived Value terhadap Minat Gen Z Berkunjung Kembali ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto. *Jurnal Visionida*, 9(2), 165–173. <https://doi.org/10.30997/jvs.v9i2.10836>

Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen*. LPU-UNAS.

Lapian, J. F., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2016). Analisis Faktor-faktor Kunci yang Mempengaruhi Persaingan Usaha Ritel (Studi pada: Indomaret Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(5), 399–409. <https://doi.org/10.35794/emba.4.3.2016.14125>

MacKinnon, D. P. (2008). *Introduction to Statistical Mediation Analysis*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.

Mambu, T. R., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2021). Kepercayaan Konsumen , Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano. *Journal Productivity*, 2(1), 79–84.

Maulana, A. (2023). Analisis Validitas, Reliabilitas,dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa. *Jurnal Kualita Pendidikan*, 3(3), 133–139. <https://doi.org/10.51651/jkp.v3i3.331>

Megasari, L. D. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas*

Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi pada JNE Cabang Ponorogo). Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Muin, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Literasi Nusantara Abadi.

Mulyadi, & Tiorida, E. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi pada Ritel Tradisional (Nanostore) di Kabupaten Subang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 60–71. <https://doi.org/10.14710/jab.v13i1.56111>

Munarsih, & Pratama, A.B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. *Indomarco Prismatama*. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 2 (1). 49-64.

CABANG KEMIRIRAYA KOTA TANGERANG SELATAN

Mushofa, M., Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 52–67. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i12.1992>

Noraini, J., Fadhilah, M., & Cahya, A. D. (2025). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kesetiaan Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening kepada Pelanggan Merek Aerostreet di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 14(02), 533–543. <https://doi.org/10.22437/jmk.v14i2.42288>

Nurjamad, M.A., & Eriyani. (2023). The Influence of Celebrity Endorser and Product Quality on Decisions for Scarlett Products (Case Study of Scarlett

- Product Customers in Cimahi City). *Internasional Journal of Integrative Sciences (IJIS)*, 2 (7). Hal 1121-1142. <https://doi.org/10.55927/ijis.v2i7.5211>
- Pranadheta, Alif., et al. (2025). *Analysis of The Influence of Customer Perceived Values, Customer Engagement, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)*, 13 (1). 531-540 DOI: <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i1.3102>
- Putri, A. A. A., & Kristiningsih. (2024). Service Quality and Customer Value Impact on Loyalty: Mediating Roles of Trust and Satisfaction (Study at Ikan Bakar Cianjur Surabaya Restaurant). *Jurnal Bisnis Terapan*, 8(2), 115–123. <https://doi.org/10.24123/jbt.v8i2.6503>
- Putri, F. D., & Nainggolan, B. M. (2024). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Persepsi Harga dan Customer Experience: Peran Customer Trust sebagai Mediator. *Jurnal Inovasi*, 11(1), 22–36. <https://doi.org/10.32493/Inovasi.v11i1.p22-36.40255>
- Rahayu, S., & Harsono, M. (2023). Loyalitas Konsumen : Konseptualisasi, Antecedent dan Konsekuensi. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(2), 1581–1593. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1169>
- Rostiani, Y., & Tjandra, E. (2022). Analisis Bibliometrik Studi Perkembangan Metode Service Quality pada Database Google Scholar Menggunakan Vosviewer (Studi Literatur Tahun 2016 – 2020). *Smantika Journal*, 12(1), 85–93. <https://doi.org/10.32664/smatika.v12i01.677>
- Saputro, Mei Andi, et al. (2023). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Salesman,

Harga, dan Produk Kompetitor terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopiko di Costumer Base Retail. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Fakultas Ekonomi*, 6(2), 120-129). <http://journal.umpo.ac.id/index.php/ASSET>

Sihombing, M., Sari, D. K., & Games, D. (2023). Analisis Service Quality dan Customer Perceived Value terhadap Customer Satisfaction melalui Customer Trust sebagai Variabel Mediasi. *Journal Publicuh*, 6(4), 1301–1310. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i4.270>

Sijabat, J., Pradiani, T., & Fathorrahman, F. (2024). Loyalitas Pelanggan yang Dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan pada Pelanggan Pareto Penerbit Erlangga Cabang Palembang. *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(6), 4483–4502. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i6.4152>

Syaravina, L. E., & Rivai, A. R. (2025). The Influence of Service Quality and Customer Value on Customer Trust with Customer Satisfaction as a Mediating Variable (Study at PT PLN (Persero) UP3 Banten Utara). *Dinasti International Journal of Economics Finance & Accounting*, 6(5), 4109–4120. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v6i5.5332>

Thota, Vijayakumar, et al. (2025). Evaluating the Retail Service Quality Scale (RSQS): A Theoretical Framework for Measuring Service Excellence in Retail. *European Economic Letters*, 15 (3), 1-9

Wardhana, A. (2024). *Service Quality & E-Service Quality in the Digital Edge - Edisi Indonesia*. Eureka Media Aksara.

- Warman, A.A Ngr Wishrawan Bhaskara, & Purnami Ni Made. (2019). The Role of Customer Perceived Value Mediates the Effect of Service Quality on Consumer Satisfication (Peran Customer Perveiced Value Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Prozima, Vol 3 (1)*. 1-9
- Wicaksono, A. B., & Widodo, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen SURYA PASCA SCIENTIA*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.35968/jimspc.v13i1.1145>
- Widiana, M. E. (2020). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. CV. Pena Persada.
- Widuri, Sekar. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas, Brand Identity, Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Merek Pada Pengguna Smartphone Oppo di Ponorogo. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Wijaya, J., & Fadli, J. A. (2022). Pengaruh Perceived Value, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Customer di Mediasi Kepuasan. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1(1), 95–111. <https://doi.org/10.58344/jmi.v1i1.8>
- Yesitadewi, Vidya Intan & Widodo, Teguh (2023). The Influence of Service Quality, Perceived Value, and Trust on Customer Loyalty via Customer Satisfaction in Deliverree Indonesia. *Quality – Access to Success*, 25(198), 418–423
- Zeqiri, et al. (2023). The Effect of Perceived Convenience and Perceived Value on Intention to Repurchase in Online Shopping: The Mediating Role of e-WOM and Trust. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(3), 1–1