

DAFTAR PUSTAKA

- Aco, A., & Endang, A. H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Teknik Informatika*, 2, 1–13.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Perason New International Edition*.
- Handayani, T., Hamdani, M., & Pantawis, S. (2019). Analisis Pengaruh Timeliness , Apology , Redress , Facilitation , Credibility Dan Attentiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Bpjs Kesehatan Di Kabupaten Batang), *XI*, 254–273.
- Herkutanto, H., & Widarko, A. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Kompensasi Finansial, dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Study Kasus pada Karyawan Bagian Produksi PT. Gatra Mapan Ngijo, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang), 162–178.
- Irwadi, W. (2015). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Moerni di Pati, 0–1.
- Lusch, R. F., Vargo, S. L., & Wessels, G. (2008). Toward a conceptual foundation for service science: Contributions from service-dominant logic. *IBM Systems Journal*, 47(1), 5–14. <https://doi.org/10.1147/sj.471.0005>
- Miarso, Y. (2004). *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*.
- Mizana, M. N. (2010). Pengaruh Customer Bonding terhadap Loyalitas Pelanggan Matahari Club Card (MCC) di Matahari Department Store Java Mall Semarang, (Mcc), 0–2.

- Nuun, N., & Trefler, D. (2007). The Boundaries of the Multinational Firm: An Empirical Analysis. *The Organization of Firms in a Global Economy*, 55–83.
<https://doi.org/10.4159/9780674038547-002>
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265.
<https://doi.org/10.19166/derema.v11i2.197>
- Poluakan, A. K., Runtuwene, R. F., & Sambul, S. A. P. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai PT. PLN (Persero) UP3 Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 70.
<https://doi.org/10.35797/jab.9.2.2019.25114.70-77>
- Rahayu, P., & Edward, M. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax (Studi Pada Mahasiswa Kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya). *Universitas Negeri Surabaya*, 1(1), 1–16. Diambil dari
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/7063>
- Ramadhana, O. (2019). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Minat Baca Peserta Didik Kelas XI di Perpustakaan SMA 11 Pandeglang Tahun Pelajaran 2018/2019.
- Ridho, I. (2017). Pengaruh Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Solo Square, 53(9), 1689–1699.
- Schütz, A. (1998). Assertive, offensive, protective, and defensive styles of self-

- presentation: A taxonomy. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 132(6), 611–628. <https://doi.org/10.1080/00223989809599293>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business. A Skill Building Approach. 7th Edition. Book.* https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084
- Silber, I., Israeli, A., Bustin, A., & Zvi, O. Ben. (2009). Recovery strategies for service failures: The case of restaurants. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 18(7), 730–740. <https://doi.org/10.1080/19368620903170273>
- Sugandhi, C., Odeia, G., & Nugroho, A. (2016). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Restoran X Surabaya, 89–102.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to for Logic Marketing. *The Journal of Marjeting*, 68(1), 1–17. https://doi.org/10.1300/J047v07n04_02
- Widodo, D. S. (2018). Pengaruh Endorses Selebriti terhadap Minat Bei Secara Daring pada Situs Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta), 15(29), 7577–7588.
- Zalyus, F. M., Abdillah, Y., & Iqbal, M. (2020). Memepertimbangkan Perspektif Service-Dominant Logic Sebagai Strategi Pemasaran Di Agro Tawon Wisata Petik Madu, Lawang. *Profit*, 14(02), 21–31. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.02.3>