

## REFERENCES

- Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 88–98. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.194>
- Amalia, F., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Bukalapak di Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 205–212.
- Fakhrudin, A., Roellyan, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Gauri, B. S., Amri, M., & Alfirah, A. (2024). Pengaruh Harga Tiket Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Angkasa Tour & Travel Medan. *Journal Economic Management and Business*, 2(2), 317–331. <https://doi.org/10.46576/jfeb.v2i2.4172>
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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>
- Hidayah, L. R., Rahmadiva, A. S., Shannen, S., & Pratista, T. A. (2022). Peran Maskot Untuk Memperkuat Identitas Visual Brand. *Jurnal VICIDI*, 12(1), 26–36. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i1.2934>
- Karim, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Hanni Pratama Trans. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 4(3), 517–531. <https://doi.org/10.33752/bima.v4i3.5574>
- Khurrohman, T., & Junaidi, M. R. (2023). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Tanon Kabupaten Sragen. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 2(2), 142–153. <https://doi.org/10.22515/juebir.v2i2.7858>
- Lahtinen, N., Pulkka, K., Karjaluoto, H., & Mero, J. (2023). Digital marketing strategy. In *Digital Marketing Strategy* (Issue October). <https://doi.org/10.4337/9781035311316>
- Mochklas, M. (2021). *Perilaku Organisasi*. BPFE. Yogyakarta.
- Mulyati, E., & Fauzia, S. Z. A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan

- Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Freight Forwarder di PT XYZ Global Forwarding Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Jurnal Logistik Bisnis*, 10(1), 37. <https://doi.org/10.46369/logistik.v10i1.694>
- Nantigiri, Haikal Aliftian, M., Handayani, S., & Veronica. (2021). *Brand Image, Price, And Timeliness Of Delivery On Purchasing Decisions*. 7(3), 247–256. <https://journal.itltrisakti.ac.id/index.php/jmbtl>
- Priyatno, Dwi. 2014. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan Spss*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rohim, A., & Sulaiman, E. (2020). Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dalam Penggunaan Jasa Pengiriman. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 10(2), 163. <https://doi.org/10.24036/011100880>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Sakti, Jaya B.(2020). 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>
- Sakti, S. H., & Ikhsan, M. (2022). Peran Freight Forwarding dalam Proses Pengiriman Barang Ekspor melalui Transportasi Laut (Studi Kasus pada PT. Berdiri Matahari Logistik di Jakarta). *BPJP) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*, 05(01), 11.
- Sentosa (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Indigo Media
- Sindiah, S., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Facebook. *ECo-Buss*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.624>
- Syaifullah, Ester Hervina Sihombing, Maya Andriani, Sabaruddin Chaniago, & Manda Dwipayani Bhastary. (2021). The Role Of Quality, Promotion And Trust In Purchase Decisions At PT. Weedo Niaga Global. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(3), 890–894. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i3.132>
- Veronica, C and Nuryaman (2022). *Metodologi Penelitian Akuntansi dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Yanto, R. T. Y., & Anggraini, S. D. (2023). Pengaruh citra perusahaan dan citra produk terhadap keputusan pembelian jasa paket pos kilat khusus pt pos indonesia (persero). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 13, 65–76.