

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Managing Brand Equity*. Simon & Schuster.
- Adiatma, D. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa J&T Express. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(3), 140–153. <https://doi.org/10.52434/jwe.v20i3.1373>
- Amareza, B., Laely, N., & Rukmini, M. (2025). Pengaruh Content Marketing Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Wardah Di Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kadiri). *JURNAL ILMIAH RAFLESIA AKUNTANSI*, 11(2).
- Andarini, M., Basuki, T., Subianti, T., Priskila, Y., & Rahmadi, A. N. (2022). Analisis Korelasi Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Teh Botol Sosro Di Indomaret. *Risk : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 3(2).
- BPKN. (2023). *Laporan Tahunan Pengaduan Konsumen*. https://www.bpkn.go.id/beritaterkini/detail/catatan-akhir-tahun-2024-evaluasi-dan-kinerja-bpkn-ri-dalam-pengembangan-perlindungan-konsumen?utm_source=chatgpt.com
- Budiyani, E. A. (2024). Pengaruh Brand Image , Brand Trust , Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Jasa Pada Ekspedisi Kantor Pos Indonesia Di Kecamatan Jogorogo. In *Seminar Nasional & Call For Paper*. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/PROSPEK/article/view/5912>
- Compas.com, Riyanto, G. P., & Pratomo, Y. (2023). 5 Jasa Ekspedisi Favorit Gen Z di Indonesia untuk Belanja Online. *Compas.Com*.
- Elly Anugrah, U., & Putra, Y. P. (2025). PENGARUH PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PLATFORM SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA FEB UNIK). *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 17(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.58890/jkb.v17i2.458>
- Enggar, Y., Satriyono, G., & Nursamsu. (2019). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Foto Pada Studio Foto 4 Warna Photography Kota Kediri. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30737/jimek.v2i1.425>
- Fahrudin, I., Pangastuti, R. L., & Sudjiono. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *RIGGS*, 4(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1324>
- Faida nur, L. (2020). *pengaruh kualitas pelayanan dan brand image terhadap*

keputusan penggunaan jasa jne pada mahasiswa fakultas syariah iain ponorogo. IAIN Ponorogo.

Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning & strategy)*. Penerbit Qiara Media.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasbullah. (2019). *Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang pada PT. Indah Cargo Cabang Pekanbaru*. <https://repository.uir.ac.id/5379/1/145210614.pdf>

Hastuti, A. P., Rahayu, L. P., Suryana, A. K. H., Purwanto, H., & Safitri, U. R. (2024). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 150–158. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v12i1.828>

Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th Global). Pearson Education Limited.

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity* (global (ed.)). Pearson.

Kontan.co.id. (2025). Transaksi Ecommerce Indonesia 2019-2024. *Kontan.Co.Id*. https://pusatdata.kontan.co.id/infografik/88/Transaksi-Ecommerce-Indonesia-2019-?utm_source=chatgpt.com

Kotler & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/principles-of-marketing/P200000003476/9780134492513>

Kotler & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Erlangga.

Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Edin brugh: Pearson* (15th Globa, Issue 2004). Pearson Education Limited.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2024). *Marketing Management (Global Edition)*. Pearson Education Limited.

Laely, N. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT . Telkomsel di Kota Kediri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 3(2).

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2018). *E-Commerce: Business, Technology,*

Society. Pearson Education.

Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. <https://doi.org/https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v7-i4/2821>

Mowen, J. C., & Minor, M. (2018). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson.

Nursani, R. (2023). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Digital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*.

Oktaviani, R. A., Artono, A., Rahmadi, A. N., & Triwidyati, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Purbasari Lipstick Matte Pada Mahasiswi Universitas Kadiri. *Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.30737/risk.v2i2.2228>

Perdana, G. V. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA J & T EXPRESS (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Ekspedisi di Purwokerto)*.

Priansa, D. J. (2017). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*.

Rangkuti, F. (2017). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Gramedia Pustaka Utama.

RI, K. perdagangan. (2023). *Laporan pengawasan perdagangan melalui sistem elektronik*. https://bbi.kemendag.go.id/?utm_source=chatgpt.com

Ruhamak, M. D., & Rahayu, B. (2016). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI BRAND IMAGE PADA LEMBAGA KURSUS BAHASA INGGRIS DYNAMIC ENGLISH COURSE PARE. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2).

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2020). *Consumer Behavior*. In *Pearson* (12th ed., Vol. 27, Issue 23). Pearson. <http://www.pearsonmylabandmastering.com>

Setiadi, N. J. (2016). *Perilaku Konsumen*. Kencana Perdana.

Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Syanjari, T., & Argo, J. G. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Cinere). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(1), 188–199. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3303>

Terpadu.com. (2023). J&T Jadi Layanan Ekspedisi Paling Banyak Digunakan Penjual E-Commerce Lokal, Berikut Urutan Lengkapnya. *Terpadu.Com*.

<https://www.terpantau.com/news/4109743179/jt-jadi-layanan-ekspedisi-paling-banyak-digunakan-penjual-e-commerce-lokal-berikut-urutan-lengkapny?page=2>

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

Turban, E., Pollard, C., & King, D. (2020). *electronic e-commerce*. Springer.

Wardhana, A. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.

Wardhana, A. (2024). *CONSUMER BEHAVIOR IN THE DIGITAL ERA 4.0* (P. . Mahir Pradana (ed.)). EUREKA MEDIA AKSARA.

We Are Social. (2025). *Laporan digital 2025 Indonesia*.
https://ca.linkedin.com/company/we-are-social?utm_source=chatgpt.com

YLKI. (2023). *Laporan pengaduan konsumen sektor digital*.