

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, K. P., Sujana, I. W., & Novarini, N. N. A. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening Pada Koperasi Unit Desa Pedungan. *EMAS*, 3(6), 94–107.
- Annisa, A., & Dwiyanto, B. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator (Studi pada Pengguna Jasa PT. Pos Indonesia di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(3).
- Arifin, A. Z. (2022, September 5). BBM Naik, Organda Tanjung Perak Menaikkan Tarif Angkutan Barang di Pelabuhan 24 persen. Retrieved May 10, 2024, from tvonenews.com website: <https://www.tvonenews.com/daerah/jatim/65435-bbm-naik-organda-tanjung-perak-menaikkan-tarif-angkutan-barang-di-pelabuhan-24-persen>
- Chang, C.-C., & Hung, J.-S. (2018). The effects of service recovery and relational selling behavior on trust, satisfaction, and loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1437–1454. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2017-0160>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (2nd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitri, A. N. (2022, February 17). Bisnis Logistik & Ekspedisi Diprediksi Makin Tumbuh Tahun Ini. Diambil kembali. Retrieved May 10, 2024, from kontan.co.id website: <https://industri.kontan.co.id/news/bisnis-logistik-dan-ekspedisi-diprediksi-makin-tumbuh-tahun-ini>
- Gefen, D. S. (2000). Structural equation modelling and regression: Guidelines for research practice. *Communications of the Association of Information System*, 7, 1–80.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling* (2nd ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, S. (2018). Cara Jitu Menganalisis Lanskap Bisnis Era Kekinian. Retrieved May 10, 2024, from marketeers.com website: <https://marketeers.com/cara-jitu-menganalisis-lanskap-bisnis-era-kekinian>
- Lestari, A. D., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Global Jet Epress (J&T) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–19.

- Lovelock, C., & Wright, L. (2007). *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahmawati, H., Supriyono, S., & Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Blibli. *Brilian: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 7(4), 886–895.
- Santosa, S., & Wahyuni, D. U. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kai Access. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(10).
- Saputra, D. (2022). Tumbuh 3 Kuartal Beruntun, Sektor Logistik Bebas dari Resesi.
- Saputri, A. N. J., Apriani, V., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (J&T Express). *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 95–103. <https://doi.org/10.32534/jv.v16i1.1642>
- Sarasati, A. D., & Karnain, B. (2022). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa EMKL: Studi Kasus di PT. Mitra Utama Indotrans Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 82–89.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: C.V Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyudi, R., & Budiarti, A. (2019). Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Di Mediasi Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia (PERSERO) Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(9).
- Wahyuni, S., & Idris, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Jasa Ekspedisi JNE Express di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6).
- Widodo, S. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Jepa*, 4(1), 84–90.