

DAFTAR PUSTAKA

- Abigail, J., Sari, V. P., & Saputra, D. (2024). The Influence of Product Quality and Online Shopping Experience (OSE) on Consumer Loyalty Through Customer Satisfaction on Local Skincare Products. *Procedia Computer Science*, 234, 537–544. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.037>
- Albarq, A. N. (2023). The Impact of CKM and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Saudi Banking Sector: The Mediating Role of Customer Trust. *Administrative Sciences*, 13(3), 90. <https://doi.org/10.3390/admsci13030090>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika Unand*, 8(1), 179.
- Anggrenita, E., & Sander, O. A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Purchase Intention yang Dimediasi Customer Trust Produk MS Glow. *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 143. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i2.3774>
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4.
- Aprilia, Y., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Product Quality dan Brand Trust terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Produk Kecantikan Brand Somethinc. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3193–3205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3649>
- Arifandi, A., Ediyanto, E., & Praja, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Aksesoris Bintang Sembilan Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 2(7), 1383. <https://doi.org/10.36841/Jme.V2i7.3554>
- Armstrong, G., Kotler, P., Adam, S., & Denize, S. (2015). *Principles Of Marketing* (6 Ed.).

Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: Umkm Dan Digital Sosial Media*. Deepublish.

Azzahra, M. D., Hidayat, A. M., & Pradana, M. (2023). The Use of Loyalty Card Promotion: Analyzing Customer Loyalty And Satisfaction Of Card Holders. *Wseas Transactions On Computer Research*, 11, 509–517. <https://doi.org/10.37394/232018.2023.11.46>

Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1).

Bachmann, R., & Zaheer, A. (2006). *Handbook Of Trust Research*. Edwar Elgar Publishing.

Baihaqi, M., & Artanti, Y. (2016). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4.

Bhowmick, A., & Seetharaman, A. (2023). Impact of product quality on customer satisfaction: A Systematic Literature Review. *Proceedings of the 2023 7th International Conference on Virtual and Augmented Reality Simulations*, 93–99. <https://doi.org/10.1145/3603421.3603434>

Budiarti, R. H. S. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 405–416. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3763>

Cahyono, N. E., & Fahmi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Loyalitas Konsumen (Pengguna Platform Aplikasi Marketplace Di Kota Malang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).

Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V11i3.652>

Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan

- Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i1.867>
- Cholisni, A., Syahrani, Dewi, S., Utama, A., & Anas, M. (2022). The Concept Of Creative Economy Development-Strengthening Post Covid-19 Pandemic In Indonesia. *Linguistics And Culture Review*, 6.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute. https://www.researchgate.net/publication/334957485_Buku_1_Citra_Kualitas_Produk_Dan_Kepuasan_Pelanggan
- Dhiaz, M., Hidayat, S., & Rana. (2025). Analisis Kualitas Sepatu Lokal Compass. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 3(1), 136–150. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v3i1.1216>
- Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An Examination Of The Nature Of Trust In Buyer–Seller Relationships. *Journal Of Marketing*.
- Duarte, P., Costa E Silva, S., & Ferreira, M. B. (2018). How Convenient Is It? Delivering Online Shopping Convenience To Enhance Customer Satisfaction And Encourage E-Wom. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 44, 161–169. <https://doi.org/10.1016/J.Jretconser.2018.06.007>
- 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).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/Jwm.V7i1.173>
- Fabella, N., Devi, Y., & Kurniati, E. (2023). Pengaruh Merek Lokal Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Pakaian Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Konsumen Pakaian The Executive Kota Bandar Lampung). 4.

- Firdayanti, R. (2012). *Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion Online*.
- Gounaris, S., Dimitriadis, S., & Stathakopoulos, V. (2010). An Examination Of The Effects Of Service Quality And Satisfaction On Customers' Behavioral Intentions In E-Shopping. *Journal Of Services Marketing*, 24(2), 142–156. <https://doi.org/10.1108/08876041011031118>
- Gotama, F., & Indarwati, T. A. (2019). The Effects of E-Trust and E-Service Quality to E-Loyalty with E-Satisfaction as the Mediation Variable (The Study of Bebas Bayar Application User's in Indonesian). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 6(2), 145. <https://doi.org/10.24252/minds.v6i2.9503>
- Ghozali. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9* (3rd ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). Rethinking Some Of The Rethinking Of Partial Least Squares. *European Journal Of Marketing*, 53(4), 566–584. <https://doi.org/10.1108/Ejm-10-2018-0665>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. (2022). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. SAGE Publications.
- Hasbi, I., Syahputra, S., Syarifuddin, S., Wijaksana, T. I., & Farías, P. (2022). The impact of discount appeal of food ordering application on consumer satisfaction in Southeast Asia. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 9(6), 978–991. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i6.956>
- Hasbiah, S., & Hasdiansa, I. (2025). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kesadaran Merek terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Lokal di Kota Makassar. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 22–34. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i1.2244>
- Hawkins, D. I., Best, R., & Kenneth, A. C. (2001). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*. The Mcgraw-Hill.
- Hawkins, D. M. (1980). *Identification of Outliers*. Chapman and Hall.

- Hendayana, Y., & Sari, A. M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jne Express Pondok Gede. *Mediastima*, 27(2), 153–169. <https://doi.org/10.55122/Mediastima.V27i2.294>
- Herington, C., & Weaven, S. (2009). E-Retailing By Banks: E-Service Quality And Its Importance To Customer Satisfaction. *European Journal Of Marketing*, 43(9/10), 1220–1231. <https://doi.org/10.1108/03090560910976456>
- Huma, S., Ahmed, W., Ikram, M., & Khawaja, M. I. (2019). The Effect Of Logistics Service Quality On Customer Loyalty: Case Of Logistics Service Industry. *South Asian Journal Of Business Studies*, 9(1), 43–61. <https://doi.org/10.1108/Sajbs-10-2018-0114>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Eureka Media Aksara.
- Ihsan, M. N., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang. *Forum Ekonomi*.
- Ismail, R., Imam, W., & Diajeng, R. (2023). *Manajemen Pemasaran Bisnis*.
- Jere, M. G., & Mukupa, A. (2018). Customer Satisfaction And Loyalty Drivers In The Zambian Mobile Telecommunications Industry. *Journal Of Business & Retail Management Research*, 13(02). <https://doi.org/10.24052/Jbrmr/V13is02/Art-11>
- Judianto, O., & Hapsari, P. A. (2018). Perancangan Sepatu Wanita Ready To Wear Berbahan Kertas Kraft. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 17. https://doi.org/10.12962/Iptek_Desain.V17i2.4685
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 Ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kurniawan, T., & Wahjoedi, T. (2023). *The Mediating Role of Customer Satisfaction and Customer Trust in the Relationship between Product Quality and Customer Loyalty*.

- Malau, H., & Sitanggang, J. K. F. (2024). The impact of trust and service quality on customer loyalty in e-commerce. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(3), 366. <https://doi.org/10.29210/020244031>
- Malian, M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Online. *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 57–70. <https://doi.org/10.46918/point.v3i2.1145>
- Moliner, M. A., Sánchez, J., Rodríguez, R. M., & Callarisa, L. (2007). Perceived Relationship Quality And Post-Purchase Perceived Value: An Integrative Framework. *European Journal Of Marketing*, 41(11/12), 1392–1422. <https://doi.org/10.1108/03090560710821233>
- Muharam, H., Chaniago, H., & Harun, A. B. (2021). *E-Service Quality, Customer Trust & Satisfaction: Market Place Consumer Loyalty Analysis*. 8.
- Nangtjik, B. A. (2023). Tren Fashion Pada Kalangan Generasi-Z Di Kota Denpasar. *Jurnal Social Logica*, 3.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Affandi, A., & Priadana, S. (2020). *Ragam Analisis Dalam Metode Penelitian: Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Andi Offset. <https://books.google.co.id/books?id=Beymeaaaqbaj>
- Natalia, N. K. T., & Suparna, G. (2023). Role of Customer Satisfaction in Mediating the Effect of Product Quality and Service Quality on Customers' Repurchase Intention of a Coffee Shop in Bali, Indonesia. *European Journal of Business and Management Research*, 8(5), 123–136. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.5.2138>
- Ngo, M. V., & Nguyen, H. H. (2016). The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction And Customer Loyalty: An Investigation In Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal Of Competitiveness*, 8(2), 103–116. <https://doi.org/10.7441/Joc.2016.02.08>
- Nissa, F. A. A., Wulandari, C. D., Widiyarsih, W., & Damayanti, T. (2024). Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Indo-Fintech*

- Intellectuals: Journal Of Economics And Business*, 4(5), 2435–2451.
<https://doi.org/10.54373/Ifijeb.V4i5.2044>
- Patrick, A. S. (2002). Building Trustworthy Software Agents. *Ieee Internet Computing*, 6(6), 46–53. <https://doi.org/10.1109/Mic.2002.1067736>
- Pepper, D., & Rogers, M. (2004). *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
https://books.google.co.id/books?id=K4avfojx6wmc&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Pramesti, A. A. D., & Hidayati, R. (2023). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Pembuatan Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.
- Prayitno, M. L., Rivai, A. K., & Rahmi. (2023). Pengaruh e-service quality dan trust terhadap customer loyalty yang dimediasi oleh customer satisfaction: studi kasus pada pengguna aplikasi kesehatan. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*.
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107.
<https://doi.org/10.33395/remik.V7i2.12268>
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce Di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.V5i1.3621>
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)*. Lentara Ilmu Madani.
- Rahim, R., Sa'odah, Tiring, S. S. N. D., Fitriyah, L. A., Dewi, M. S., Hendrika, I., R, Ferawati, Mutia, Pamungkas, M. D., Sutrisno, E., Wulandari, T., & Wicaksono, A. B. (2021). *Metodologi Penelitian Teori Dan Praktik*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.

- Rahmatullah, R. R., & Mangruwa, R. D. (2023). Apakah Harga Dan Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Viral? *Jurnal E-Bis*, 7(2), 601–609. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1264>
- Rakhmah, S. N., & Rizki, I. (2022). *Sistem Informasi Pelayanan Jasa Laundry Sepatu Pada Queen Shoes Cleaning*. 22.
- Rau, G. Y. P. (2024). The Influence Of Service Quality And Product Quality On Consumer Satisfaction At Kedai Koel Manado.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2).
- Rizqiningsih, D. U., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Green Marketing Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Starbucks Coffee Kota Surabaya). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 242–256. <https://doi.org/10.33059/Jseb.V12i2.3351>
- Safitri, A., Zahroh, F., Naufaliadi, R., Nugroho, R. T., Sofyan, M., Rahmawati, N. F., & Maulina, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Sofyan Frozen. *Bussman Journal : Indonesian Journal Of Business And Management*, 2(2), 470–478. <https://doi.org/10.53363/Buss.V2i2.99>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* ((M. S. Dr. Ir. Try Koryati (ed.)), Ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Saputra, Galih D., & Fasa, M. I. (2024). Marketing Management: Consumer Perception Analysis Of Brand Image Of Local Products: Clothing. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1.
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 291–297. <https://doi.org/10.5614/Sostek.It.2016.15.02.11>
- Schiffman, & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behaviour*. Person Education.
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

- Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708.
<https://doi.org/10.55681/Economina.V2i2.352>
- Sihombing, S. O. (2022). *Pengantar Metode Analisis Multivariat*. Naya Expanding Management. <https://books.google.co.id/books?id=U7oaeaaqbaj>
- Sinambela, Prof. Dr. L. P., & Sinambela, Dr. S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st Ed.). Pt Raja Grafindo Persada.
- Sugino, Noerdjanah, & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur Sg Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61.
<https://doi.org/10.37341/Jkf.V5i1.167>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta, Cv.
- Syahfitri, N. N., & Priansa, D. J. (2023). The Influence Of Telemarketing On The Decision To Use Indihome Bandung's Langit Musik Application In 2023. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(5).
- Syahputra. (2022). *Teori Marketing*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Syastra, M. T., & Wangdra, Y. (2018). Analisis Online Impulse Buying dengan menggunakan Framework SOR. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 8(2), 133.
<https://doi.org/10.21456/Vol8iss2pp133-140>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd Ed.). Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen Dan Startegi Kepuasan Pelanggan*. Andi Yogyakarta.
https://books.google.co.id/books?id=_H6reaaqbaj&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2020). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran Dan Strategi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Chandr, G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction* (3 Ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (2 Ed.). Andi Offset.
https://books.google.co.id/books/about/Pemasaran_Strategik_Edisi_2.html?id=Hflzzweacaaj&redir_esc=y

- Tran, V.-D., & Vu, Q. H. (2019). Inspecting The Relationship Among E-Service Quality, E-Trust, E-Customer Satisfaction And Behavioral Intentions Of Online Shopping Customers. *Global Business Finance Review*, 24(3), 29–42. <https://doi.org/10.17549/Gbfr.2019.24.3.29>
- Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2).
- Wardhana, A., & Iba, Z. (2023). *METODE PENELITIAN* ((M. Pradana (ed.))).
- Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29.
- Widokarti, J., & Priansa, D. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Dan Komunikasi Kontemporer*. Cv Pustaka Setia.
- Wilson, A., Zeithml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D., Dwayne. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Mcgraw-Hill. https://books.google.co.id/books?id=Gmsveaaaqbaj&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_vpt_read#v=onepage&q&f=false
- Winarni, E. W. (2021). *Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif PTK RND*. Bumi Aksara.
- Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). The Role Of Live Streaming In Building Consumer Trust And Engagement With Social Commerce Sellers. *Journal Of Business Research*, 117, 543–556. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.08.032>
- Yosua, A. (2021). Pengaruh Personal Selling, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan (Trust) Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(12), 1686–1699. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i12.465>
- Yunani, A., Sakti, M. R. P., Pradana, M., & Putra, A. (2024). Facilities and Service Quality's Impacts on Satisfaction: A Case of Indonesian Train Service Customers. *Wseas Transactions On Business And Economics*, 21, 2091–2099. <https://doi.org/10.37394/23207.2024.21.171>