**DAFTAR PUSTAKA**

Bhattacharya, A., Morgan, N. A., & Rego, L. L. (2021). Customer Satisfaction and Firm Profits in Monopolies: A Study of Utilities. *Journal of Marketing Research*, *58*(1), 202–222. https://doi.org/10.1177/0022243720962405

Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). *Pengaruh kwalitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia* (Vol. 21, Issue 1). http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203

Chin, W. and T. P. (1995). *On the use, usefull and ease of use of structural.*

Darma, G. S., & Swari, D. A. K. B. A. (2019). Kepercayaan Lintas Generasi Dalam Penggunaan Social Media dan Electronic Word of Mouth Dewa Ayu Ketut Bintang Arbina Swari (1) Gede Sri Darma (2). *Bisnis, Jurnal Manajemen*, *16*(4), 145–161.

Doyle, J. D., Heslop, L. A., Ramirez, A., & Cray, D. (2012). Trust intentions in readers of blogs. *Management Research Review*, *35*(9), 837–856.

Dwiyanti, I. A. I., & Jati, I. ketut. (2019). Peran Gender sebagai moderasi dalam pengaruh kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. *Tjyybjb.Ac.Cn*, *27*(2), 58–66.

Elistia. (2019). Modul Materi 11: Pemasaran Internasional. *Manajemen Pemasaran*, 1–28.

Fakhri, R. (2022). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Buku Fadira Pekanbaru*. *13*(3).

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2020). *Hair et. Al. (2010) memberikan sebuah pedoman untuk mempertimbangkan perlu tidaknya modifikasi sebuah model, yaitu dengan melihat jumlah residual yang dihasilkan model.* (7th ed.). pearson.

Handayani, S. (2016). Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kesehatan Di Puskesmas Baturetno. *Profesi (Profesional Islam) : Media Publikasi Penelitian*, *14*(1), 42. https://doi.org/10.26576/profesi.135

Intan Dameria. (2016). Loyalitas Konsumen Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Gerai Indomaret Di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk. *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, *19*(2), 100–109. https://doi.org/10.30649/aamama.v19i2.61

Irshad, M., Ahmad, M. S., & Malik, O. F. (2022). Understanding consumers’ trust in social media marketing environment. *International Journal of Retail and Distribution Management*, *48*(11), 1195–1212. https://doi.org/10.1108/IJRDM-07-2019-0225

J. And Han, I. P. D. H. L. (2019). *“The effect of on-line consumer reviews on consumer purchasing intention: the moderating role of involvement”, International Journal of Electronic Commerce, Vol. 11 No. 4, pp. 125-148.*

Jacoby, J. (2002). *“Stimulus-organism-response reconsidered: an evolutionary step in modeling (consumer) behavior”, Journal of Consumer Psychology, Vol. 12 No. 1, pp. 51-57.*

Liu, C., Bao, Z., & Zheng, C. (2019). Exploring consumers’ purchase intention in social commerce: An empirical study based on trust, argument quality, and social presence. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, *31*(2), 378–397. https://doi.org/10.1108/APJML-05-2018-0170

Maharani, laksmi. (2019). *pengaruh edukasi apoteker terhadap sikap*. *8*(2), 87–91.

Mansouri, H., Sadeghi Boroujerdi, S., & Md Husin, M. (2022). The influence of sellers’ ethical behaviour on customer’s loyalty, satisfaction and trust. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, *26*(2), 267–283. https://doi.org/10.1108/SJME-09-2021-0176

Mehrabian, A. A. R. (1974). *An Approach to Environmental Psychology, MIT Press, Cambridge, MA.*

Miryam, N., & Antonio, F. (2022). the Effect of Social Media Content on Customer Engagement and Its Impact on Customer Intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *16*(2), 115–125. https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.2.115-125

Mulyana, M., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2018). *Pengaruh Komunikasi Terhadap Minat Beli Konsumen*. *May*.

Munro, J. F., & Giannopoulos, G. A. (2018). Publicly Funded Research and Innovation in the P. R. China and the Outlook for International Cooperation. *Lecture Notes in Mobility*, *5*(2), 55–104. https://doi.org/10.1007/978-3-319-68198-6\_3

Nasjum, M. (2023). Pengaruh presepsi resiko terhadap niat beli dengan sikap konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen yang berbelanja online pada tokopedia di kota padang. *Kaos GL Dergisi*, *8*(75), 147–154. https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp:

Priansa, D. (2018). *perilaku konsumen dalam persaingan bisnis*. bandung.

Purdianawati, A. (2023). *pengaruh kepercayaan, persepsi resiko dan keamanan minat beli konsumen terhadap e-commerce shopee*.

Putri, N., Nurhayati, S., Berlia, G. M., & Sasongko, F. F. (2023). *Pemasaran Obat Dalam Usaha Farmasi : Persoalan Profesionalisme dan Etika Bisnis*. 1–16. https://doi.org/10.11111/dassollen.xxxxxxx

Robbins and Judge. (2008). *Organizational Behaviour*.

Santa Yesinda, I., & Murnisari, R. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Jasa Rawat Jalan pada Puskesmas Kademangan Kabupaten Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, *3*(2), 206–214.

Schiffman, L. dan L. L. K. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta.

Septia Magisa, N. (2020). *Pengaruh Komunikasi Sosial Media Terhadap Niat Beli Pelanggan Pada Brand H & M di Yogyakarta Diajukan Oleh Nurul Septya Magisa PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA*.

Shaista Kamal Khan ,Dr Sabir Ahmed ,Dr Aamir Rashid. (2021). Influence of Social Media on Purchase Intention and Customer Loyalty of Generation Y With the Mediating Effect of Conviction: a Case of Pakistan. *Pakistan Journal of International Affairs*, *4*(2), 526–548. https://doi.org/10.52337/pjia.v4i2.207

Sholihin, PhD, P. M. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0* (Clara Mitak (ed.)). PENERBIT ANDI (Anggota IKAPI).

Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata* (M. Dr. Nining Yuniati SS (ed.)). Alfabeta.