



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY, PRICE FAIRNESS DAN BRAND TRUST  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE PENERBANGAN  
DOMESTIK PADA KONSUMEN PT. DARMAWISATA INDONESIA TOUR AND  
TRAVEL SIDOARJO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk Memenuhi  
Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S.Sos)**

**Oleh:**

**Ni'ma Ayu Nur Syafitri**  
**NIM. B94218106**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2022**

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa:

Nama : Ni'ma Ayu Nur Syafitri  
NIM : B94218106  
Prodi : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : Pengaruh *E- Service Quality*, *Price Fairness* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket *Online* Penerbangan Domestik Pada PT. Darmawisata Indonesia *Tour and Travel* Sidoarjo.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang sebelumnya pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di tingkat perguruan tinggi. Pada skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh pihak lain, kecuali pendapat secara tertulis yang dijadikan sumber referensi dalam naskah dan telah disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan apabila dikemudian hari diketahui tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Sidoarjo, 25 Mei 2022

Yang Menyatakan,

  
Ni'ma Ayu Nur Syafitri  
NIM. B94218106

## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa:

Nama : Ni'ma Ayu Nur Syafitri  
NIM : B94218106  
Prodi : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality*, *Price Fairness* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket *Online* Penerbangan Domestik Pada Konsumen PT. Darmawisata Indonesia *Tour and Travel* Sidoarjo.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing.

Surabaya, 20 Januari 2022

Dosen Pembimbing,



Airlangga Bramayudha, MM  
NIP. 197912142011011005

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *PRICE FAIRNESS* DAN *BRAND TRUST*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET *ONLINE* PENERBANGAN  
DOMESTIK PADA KONSUMEN PT. DARMAWISATA INDONESIA *TOUR AND  
TRAVEL* SIDOARJO**

Disusun Oleh:

Ni'ma Ayu Nur Syafitri  
B94218106

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian sarjana strata satu  
Pada Tanggal 28 Januari 2022

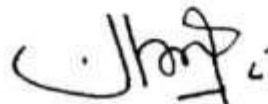
Disetujui Oleh:

**Penguji I**



Ahmad Khairul Hakim, S.Ag, M.Si  
NIP.197512302003121001

**Penguji II**



Dr.H.Ah.Ali Arifin, MM  
NIP.196212141993031002

**Penguji III**



H. Mufti Labib, Lc, MCL  
NIP. 196401021999031001

**Penguji IV**



Airlangga Bramayudha, M.M  
NIP. 197912142011011005

Surabaya, 28 Januari 2022  
Dekan,



  
Dr. H. Abdul Halim, M.Ag  
NIP. 196307251991031003

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



### KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

#### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ni'ma Ayu Nur Syafitri  
NIM : B94218106  
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Manajemen Dakwah  
E-mail address : Fitrii28assyifa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

*Pengaruh E- Service Quality, Price Fairness dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian*

*Tiket Online Penerbangan Domestik Pada PT. Darmawisata Indonesia Tour and Travel*

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Mei 2022  
Penulis

( Ni'ma Ayu Nur Syafitri )

## ABSTRAK

Ni'ma Ayu Nur Syafitri, 2022, Pengaruh E-Service Quality, Price Fairness dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Penerbangan Domestik Pada Konsumen PT.

Darmawisata Indonesia Tour and Travel Sidoarjo. Skripsi Prodi Manajemen Dakwah.

Dibawah bimbingan Airlangga Bramayudha, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan nilai korelasi dari e-service quality, price fairness dan brand trust terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan. Selain untuk mengetahui pengaruh dan nilai korelasi, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui nilai paling dominan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan bertujuan untuk memprediksi keputusan pembelian tiket online penerbangan domestik pada konsumen PT. Darmawisata Indonesia Tour and Travel Sidoarjo.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan hipotesis asosiatif. Peneliti juga menggunakan teknik analisa data uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Berikut penjelasan hasil dari teknik analisa data uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda.

Pertama, terdapat pengaruh positif dan signifikan pada e- service quality, price fairness dan brand trust terhadap keputusan pembelian secara parsial. Diketahui nilai p value ketiga variabel tersebut sebesar 0,00. Kedua, terdapat pengaruh yang signifikan pada e- service quality, price fairness dan brand trust terhadap keputusan pembelian secara simultan. Diketahui nilai p value pada e- service quality, price fairness dan brand trust sebesar  $0,000 < 0,05$ . Ketiga, nilai korelasi e- service quality, price fairness dan brand trust. Keempat, nilai korelasi pada variabel e- service quality, price fairness dan brand trust memiliki nilai sebesar 0,860, maka dapat dikatakan memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian. Kelima, nilai korelasi yang paling dominan antara variabel e- service quality yang sebesar 0,572, price fairness sebesar 0,671 dan pada variabel brand trust sebesar 0,845, maka brand trust memiliki nilai hubungan yang paling dominan dengan keputusan pembelian. Keenam, nilai standar deviasi atau simpangan baku variabel dependen diketahui sebesar 2,784. Nilai SEE dengan simpangan baku yaitu  $1,448 < 2,784$ . Jadi, Apabila nilai SEE lebih kecil daripada nilai simpangan baku, maka model regresi ini dapat memprediksi atau digunakan sebagai prediktor variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci: E- service quality, price fairness, brand trust, keputusan pembelian



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Definisi Operasional.....	11
F. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORITIK .....</b>	<b>14</b>
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	14
B. Kerangka Teori.....	18
1. E- service quality (kualitas pelayanan elektronik) .....	18
2. Price fairness (Kewajaran Harga).....	21
3. Brand Trust (Kepercayaan Merek) .....	24
4. Keputusan Pembelian.....	26
C. Paradigma Penelitian.....	29
D. Hipotesis Penelitian.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34

B.	Lokasi Penelitian .....	34
C.	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	35
D.	Variabel, Sub Variabel dan Indikator Penelitian.....	36
E.	Tahap-Tahap Penelitian.....	39
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	40
G.	Teknik Validitas dan Reliabilitas Data.....	41
H.	Teknik Analisis Data .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>57</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	57
B.	Penyajian Data.....	60
C.	Pengujian Hipotesis.....	70
D.	Analisis Hasil Penelitian .....	74
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>83</b>
A.	Kesimpulan.....	83
B.	Saran.....	86
C.	Keterbatasan Penelitian.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>


  
 UIN SUNAN AMPEL  
 S U R A B A Y A



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel, Dimensi dan Indikator Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Nilai-Nilai r Product Moment.....	42
Tabel 3.3 Hasil Validitas Variabel E- service quality (X1).....	42
Tabel 3.4 Hasil Validitas Variabel Price fairness (X2).....	43
Tabel 3.5 Hasil Validitas Variabel Brand Trust (X3).....	44
Tabel 3.6 Hasil Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 3.7 Besarnya Interpretasi Nilai r.....	47
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Variabel E- service quality (X1).....	47
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Variabel Price fairness (X2).....	48
Tabel 3.10 Uji Reliabilitas Variabel Brand Trust (X3).....	48
Tabel 3.11 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser.....	64
Tabel 4.4 Descriptive Statistics.....	65
Tabel 4.5 Correlations.....	65
Tabel 4.6 Nilai Korelasi Product Moment.....	67

Tabel 4.7 Variables Entered atau Removed.....67

Tabel 4.8 Model Summary .....67

Tabel 4.9 ANOVA.....68

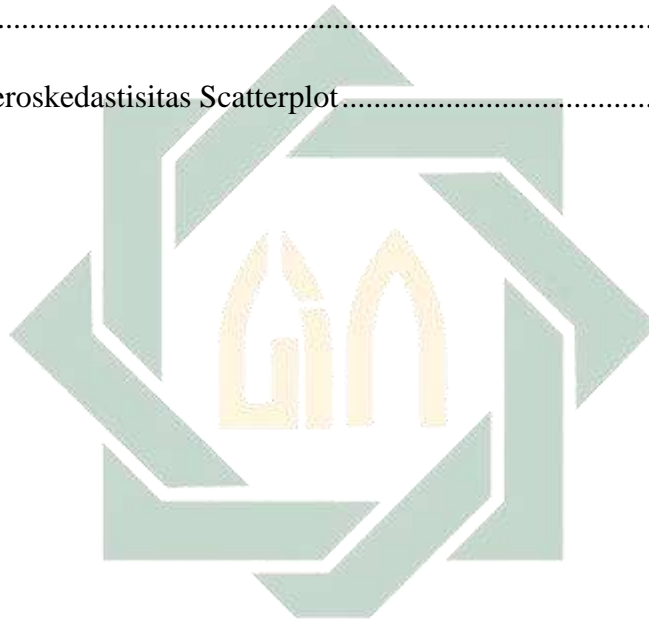
Tabel 4.10 Coefficients.....70



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Parsial.....	31
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian Simultan .....	31
<b><u>No table of figures entries found.</u></b>	
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas menggunakan Uji P-P Plot of Regression Standarsized Residual.....	61
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	63



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Huriartanto, D. H. (2018). Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 159.
- Arief Budiman, E. Y. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Jurnal Profit*, 2-4.
- Athoillah, H. A. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Batlajery, S. (2016). Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen pada Aparatur Pemerintahan Kampung Tambat Kabupaten Merauke 140-141. *Jurnal Manajemen*, 140-141.
- Brata, S. S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya Offest,.
- Danang Kusnanto, R. R. (2020). Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 42.
- Dina Setyowati, S. S. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Situs BukaLapak di Kota Semarang ). *Jurnal Manajemen*.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 11.
- Fakhrudin, A. (2019). Pengaruh Kewajaran Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Penumpang Maskapai Citilink Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gummelar, B. D. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Percieved Price Fairness, Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tugu Chocolate Di Kotagede Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 130.
- Gupron. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Melalui E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapan.Com (Studi Pada Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi). *jurnal Manajemen*, 340.
- Hamzah, B. U. (2010). *Pengembangan Instrumen Untuk Penelitian*. Jakarta: Delima Press.
- Handoko, H. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hanifa, E. K. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access Tahun 2020. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 21.
- Haryadi, R. P. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 63.
- Herdiansyah, H. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.

- Hidayat, A. (t.thn.). Cara Perhitungan Rumus Slovin Besar Sampel Minimal. <https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html>, diakses pada 7 oktober, Pukul 19. 22.
- Indonesia, U.-U. R. (2008). Penyelenggara Ibadah Haji, Biro Hukum dan Kerjasama Luar Negeri Sekretaris Jendral Departemen Agama RI. Jakarta: Biro Hukum.
- Indriani, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Serta Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Paket Wisata Pada PT. Wahyu Prima Bintang Tour & Travel Samarinda. *E- Journal Administrasi Bisnis*, 296.
- J, D. N. (2012). *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang:: University Press.
- Jonathan, H. (2013). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction yang Berdampak Pada Customer Loyalty PT Bayu Buana Travel Tbk. *Journal The WINNERS*, 104-112.
- Karsudjono, A. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Price fairness, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Merek Samsung di Banjarmasin. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*, 3.
- Karsudjono, A. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Price fairness, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Merek Samsung di Banjarmasin”. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*, 2355-3197.
- Khadafi, A. O. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C’bezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 2597-5234.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, 1251-1259.
- Lailatussaadah, S. H. (2016). Validitas dan Reliabilitas Instrumen Pengetahuan Pembelajaran Aktif, Kreatif dan Menyenangkan (Pakem) Menggunakan Model Rasch. *Jurnal Ilmiah DIDAKTIKA*, 169-179.
- Mappadeceng, A. I. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Toko On Line Buka Lapak. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 22-25.
- Martono, N. (2010). *Statistik Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Muchtar, F. U. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal TEKNO KOMPAK*, 68-72.
- Napu, R. A. (2016). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Domestik di Davina Tour and Travel Gorontalo. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 5.
- Nazir, M. (1983). *Metode Statistika Dasar*. Jakarta: GramediaPustaka Utama.
- Ni Wayan Nonik Ismayanti, I. W. (2015). Pengaruh Kepercayaan dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Akomodasi di Bali Pada Situs Booking.Com. *Jurnal IPTA*.

- Rahanatha, I. M. (2017). Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali. E- Jurnal Manajemen, 2018-2046.
- Riduwan. (2010). Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2016). Pengantar Statistik Sosial. Bandung: Alfabeta.
- Risno Jawali, R. G. ( 2019). Fungsi Pengawasan Badan Permusyawaratan Desa Terhadap Pelaksanaan Pembangunan Desa Di Desa Kusu Kecamatan Kao Kabupaten Halmahera Utara”, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi, , (Vol. 1, No. 1, 2019), . Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan, 42.
- Rowena, O. M. (2020). Pengaruh Price Fairness Terhadap Repurchase Intention High End Make Up dan Skin Care Pada Generasi Milenial di Jakarta. Jurnal Bina Manajemen, 67-77.
- Raharjo, S, Cara Membaca Distribusi Nilai  $r$  Tabel Product Moment Lengkap, <https://www.spssindonesia.com/2019/01/cara-membaca-nilai-r-tabel-product-moment.html> (diakses 14 Desember pukul 19.21)
- Santoso, S. (2000). Buku latihan SPSS Statistik Parametrik. Semarang: Penerbit Elex Media Komputindo.
- Saragih, M. G. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan). Jurnal Manajemen, 14.
- Sari, V. E. (2019). Pengaruh E- Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking pada Situs Traveloka.Com di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat dan Kereta Api). Jurnal Administrasi Bisnis, 479.
- Sholihat, A. (2018). “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie Riau. Jurnal Ilmu Komunikasi, 4.
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie”, Jurnal, (Vol. 5 No. 1, 2018), hal. 6. 6.
- Soewito, Y. (2013). Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. Jurnal EMBA, 218-229.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening 2580-3220. Jurnal Mandiri, 2580-3220.
- Sudijono, A. (1996). Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta: Rajawali.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaif Dan Kombinasi. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukardi. (2008). Evaluasi Pendidikan Prinsip dan Operasionalnya. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryabrata, S. (2008). Metodologi Penelitian. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Syafi’i, A. (2005). Metode Penelitian Pendidikan. Surabaya: Elkaf.
- Tanzeh, A. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Teras.



- Tarigan, A. J. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Jurnal Manajemen*, 3.
- Tetty Herawaty, P. W. (2016). Effect Of Price and Service Fairness On Customer Satisfaction In Go-Jek. *Jurnal AdBispreneur*, 231-241.
- Untoro, I. A. (2017). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Merek Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 142.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan di BSI Pemuda) . *Jurnal Komunikasi*, 2579-3292.
- Yoga, N. W. (2019). Pengaruh Kewajaran Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Wina Rumah Kebaya. *Jurnal Widya Manajemen*, 138-157.
- Zulestiana, M. B. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 5.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A