

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Adirinekso, G. P., Purba, J. T., Budiono, S., & Rajaguguk, W. (2020). The role of price and service convenience on jakarta's consumer purchase decisions in top 5 marketplace mediated by consumer's perceived value. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, August*, 1808–1819. <http://repository.uki.ac.id/3232/>
- Adji Widodo, Ahmad Nurhadi, & Harsono, Y. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Ibu-Ibu PKK RT 02 RW 008 Kelurahan Serpong. *Abdimas Awang Long*, 5(2), 59–66. <https://doi.org/10.56301/awal.v5i2.440>
- Admiration, J. S., Accounting, B., Emosional, K., Intelektual, K., & Profesi, E. (2022). *Auditor*, (3) *Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Auditor*, . 3(8). <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v5i2.1279>
- Akbar, N. F., & Nurcholis, D. L. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Furniture Di Rangka Jaya Mebel Jepara). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 972–994. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimue/article/view/10558>
- Aras, M., Hasibuan, A. N., Fatihah, S., & Rambe, D. (2021). Strategi Promosi Online Instagram Dan Strategi Harga Untuk Meningkatkan Minat Beli Jasa Penerbangan Air Asia Rute Jakarta - Singapura. *Mediastima*, 27(1), 18–38. <https://doi.org/10.55122/mediastima.v27i1.210>
- Arfian, A., Mustomi, D., Siregar, J., & Yana, A. A. (2021). Tingkat Kepuasan Layanan Customer Service Berdasarkan Metode Webqual 4.0 Pada Pt Tritana Dengan Pls-Sem. *Journal of Information System, Informatics and Computing*, 5(1), 89. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v5i1.453>
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- As'ad, M. H., & Mulyo Aji, J. M. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Kedai Kopi Modern Di Bondowoso. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(2), 182. <https://doi.org/10.19184/jsep.v13i2.16441>
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal*

Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(01), 1–14.
<https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>

Aswir, & Misbah, H. (2018). STRATEGI PEMASARAN KEDAI KOPI (Studi Kedai Kopi Di Kota Kudus). *Photosynthetica*, 2(1), 1–13.
https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/23595/1/T2_912016015_A_bstract.pdf

Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding “a Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 67–75. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>

Avianti, D. (2020). Analisis Kualitas Produk, Desain Dan Citra Merek Terhadap Perspektif Keputusan Pembelian Honda Vario. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2). <https://doi.org/10.26714/vameb.v16i2.6061>

Azmi, A. W. (2021). Peran Strategi Digital Marketing Dan Sosial Media Disusun Oleh : Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Juni 2021. *UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 Surabaya*, 1–13.

Baidhowi, M. M., & Darussalam, H. (2022). *Factors to Increase Sales Turnover of Ornamental Fish Through Digital Marketing*. 7, 1–9.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32923/sci.v7i1.2267>

Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.
<https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>

Cahyaputeri, R., & Pahar, B. H. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan, dan Budaya Populer Terhadap Keputusan Pembelian Michuu Coffee. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 14(2), 83–93.
<https://doi.org/10.37477/bip.v14i2.351>

Carmelia Cesariana, Fadlan Juliansyah, R. F. (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/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>

Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>

Dastane, O. (2020). Impact of Digital Marketing on Online Purchase Intention: Mediation Effect of Customer Relationship Management. *Journal of Asian*

Business Strategy, 10(1), 142–158.
<https://doi.org/10.18488/journal.1006.2020.101.142.158>

- Dwiyana, I. M. A. (2019). Analisis Trend Pada Koperasi Primkoppos (Primer Koperasi Pegawai Pos) Periode 2012 - 2015. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.23887/jap.v10i1.21034>
- Erlawan, A. D. (2022). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Disiplin Kerja Pada Pemerintah Kabupaten Jombang. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang ...*, 1(8), 1331–1342. <https://doi.org/https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.170>
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *Citra Merek dan Atribut Produk Terhadap Variabel Dependen Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada pengguna motor sport Kawasaki Ninja 250)*. 9–28.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v2i2.684>
- Fadjri, A., & Silitonga, P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pizza Marzano Pondok Indah Mall 2. *Jurnal EDUTURISMA*, 3(2), 1–20. <https://ejournal.akpindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1189>
- Faikotul Hikmaha, A. E., Maspufah, H., & Salahudin, S. (2020). Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Emphaty Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Outlet Perum Bulog Cabang jember. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 1(1), 38–57. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v1i1.400>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Husaeni, D. A., & Mardiana, N. (2022). Analisis Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Webqual 4.0 Dan Pls-Sem. *Techno-Socio Ekonomika*, 15(2), 77. <https://doi.org/10.32897/techno.2022.15.2.1312>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>

- Indah, D. R., Maulida, Z., & Amanda, M. R. (2018). Pengaruh Serviscape terhadap Kepuasan Konsumen di D'Barista Coffee Langsa. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 2(2), 108–116. <https://ejournalunsam.id/index.php/jensi/article/view/939>
- Indahningrum, R. putri, Naranjo, J., Hernández, Naranjo, J., Peccato, L. O. D. E. L., & Hernández. (2020a). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Butik Umah Batik Kabupaten. Bener Meriah Provinsi. Aceh). *Applied Microbiology and Biotechnology*, 2507(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027%0Ahttps://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/%0A??>
- Indahningrum, R. putri, Naranjo, J., Hernández, Naranjo, J., Peccato, L. O. D. E. L., & Hernández. (2020b). PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DENGAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA NEW MARJOLY BEACH AND RESORT. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 2507(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027%0Ahttps://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/%0A??>
- IQBAL, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 7(2), 83–93. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v7i2.609>
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). Pagaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie “Kbp” Padang. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.31227/osf.io/xz3d8>
- Japlani, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik di Kota Metro Lampung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Metro I. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 168–177. <https://doi.org/10.24127/jm.v14i2.493>
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p06>
- Jupri, A., Prasedya, E. S., Rozi, T., Serrao, A. C. N., Anggari, B. Y. I., & Zuhro Mustikawati, B. A. (2022). Pelaksanaan Workshop dan Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya untuk Meningkatkan Promosi dan Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Rakam Agar Semakin Maju dan Berkembang. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(1), 81–85.

<https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i1.1045>

- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Kencana, S. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM.CLOTHING. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(2), 1003–1011. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.136>
- Kholik, N. S. (2018). Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop (Studi Kasus Pada Coffee Shop “Starbucks” di Mall Botani Square Bogor). In *Jurnal UIN*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/42139>
- KresnamurtiRivaiP, A., Suneni, & Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 204–225. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/11034>
- Krisdianti, D. L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. In *Universitas Brawijaya* (p. 133). <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2812>
- Kurdi, B. Al, Alshurideh, M., & Alnaser, A. (2020). The impact of employee satisfaction on customer satisfaction: Theoretical and empirical underpinning. *Management Science Letters*, 10(15), 3561–3570. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.6.038>
- Langgeng sri handayani, R. hidayat. (2022). Pengaruh kualitas Produk , Harga , dan Digital Marketing Terhadap Produk MS Glow Beauty Terlaris di Berbagai macam produk kosmetik di kosmetik untuk konsumen wanita maupun. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 5(2), 135–145. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1324/1062>
- Lantara, I. W. A. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Di Pt. Indonesia Tourism Development Corporation (Itdc). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1), 231. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i1.20122>
- Lukito, S. H. H. (2020). *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Guru yang Dimoderasi oleh Organizational Citizenship Behavior (OCB) Di SMAN 1 Tilatang Kamang*. 5(1), 1–21. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.53712/jmm.v5i1.800>
- M Nurlina. (2020). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan ulasan pelanggan

terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee (studi kasus warga pondok ungu permai blok nn). *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 2(2004), 6–25. <http://repository.stei.ac.id/6325/>

- Mahaputra, D. G. K., & Setiawan, P. Y. (2019). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(12), 7326. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i12.p21>
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian STUDI PADA KONSUMEN ALAT MESIN PENGOLAH KOPI DI PT. KARYA MITRA USAHA. *JIMKES Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i1.309>
- Mehralian, M. M., & Khazae, P. (2022). Effect of Digital Marketing on the Business Performance of MSMEs during the COVID-19 Pandemic: The Mediating Role of Customer Relationship Management. *SSRN Electronic Journal*, August. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4195985>
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>
- Munda, A. O., & Yuniawan, A. (2018). PENGARUH WORK FAMILY CONFLICT DAN AMBIGUITAS PERAN TERHADAP INTENTION TO QUIT DENGAN STRES KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada HOTEL GRAND EDGE SEMARANG). *Diponegoro Journal of Management*, 6(96), 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/20902>
- Nabilah, S., Lubis, A., & Tarigan, E. D. S. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aroma Bakery dan Cake Medan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/10966>
- No, S. A. M. (2021). *PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA*

PENINGKATAN PENJUALAN DI RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK TIARA.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/36848>

- Noor, F., Utari, W., & Mardi W., N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Pt. Salim Ivomas Pratama Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(4), 581–594. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i4.374>
- Olivia Park, E., Kevin Chae, B., Kwon, J., & Kim, W. H. (2020). The effects of green restaurant attributes on customer satisfaction using the structural topic model on online customer reviews. *Sustainability (Switzerland)*, 12(7), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su12072843>
- Paryanti, S. dan A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/mpu.v12i1.867>
- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Febrianto, S. (2018). Price, service quality and trust on online transportation towards customer satisfaction. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 241–266. <https://doi.org/10.24914/jeb.v21i2.1965>
- Pebrianti, T. (2022). *Jurnal Ilmiah Manajemen PEMBELIAN OLEH KONSUMEN PADA WARUNG BAKSO.* 9–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.58437/mim.v11i1.89>
- PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, H. D. L., & MATARAM, T. L. P. D. K. P. S. V. I. P. U. E. G. (2019). AVEVA group. *Process Engineering (London)*, 83(SUPPL.), 19. <http://journal.stieamm.ac.id/index.php/valid/article/view/88>
- Permatasari, L. D., & Santosa, S. B. (2021). PENGARUH REVIEW KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Prasetyo, M. D., Susanto, S., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 17–26. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.427>
- Pratiwi, A. M., & Rohman, A. (2023). PENERAPAN STRATEGI DIGITAL

MARKETING DALAM MENINGKATKAN OMSET DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH PADA TOKO FIIHADAESSIE SURABAYA. *Jesya*, 6(1), 881–898. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1018>

Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Jbe*, 1(1), 1–10. <https://ejournal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/56>

Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>

Putra, R. B., & Fitri, H. (2018). Efek Mediasi Sinisme Terhadap Kesiapan Untuk Berubah Dengan Kepemimpinan Transformasional, Information Sharing Dan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Antensedan. *Economac, Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 4(4), 58–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/economac/vol2-iss4/62>

Putu, D., & Darmaswanti, A. (2021). *Pengembangan Multimedia Pembelajaran Berbasis Problem Based Learning Dengan Teknik Scaffolding Pada Pembelajaran Ipa Kelas V Sd*. 6(2), 141–151. https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/jurnal_pendas/article/view/571

Qalati, S. A., Yuan, L. W., Iqbal, S., Hussain, R. Y., & Ali, S. (2019). Impact of Price on Customer Satisfaction; mediating role of Consumer Buying Behavior in Telecoms Sector. *International Journal of Research*, 06(04), 150–165. https://www.researchgate.net/publication/332835125_Impact_of_Price_on_Customer_Satisfaction_mediating_role_of_Consumer_Buying_Behavior_in_Telecoms_Sector

Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>

Rahman, M. S. (2019). Aplikasi Rekapitulasi Kuesioner Hasil Proses Belajar Mengajar Pada Stmik Indonesia Banjarmasin Menggunakan Java. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 10(3), 165. <https://doi.org/10.31602/tji.v10i3.2231>

Rahmayani, Z. (2020). *BUDAYA NONGKRONG DAN REPRESENTASI RUANG ATAS KEDAI KOPI SERTA RUANG RESPRESENTASIONAL BAGI PARA PELANGGAN KEDAI KOPI DI TANGGERANG*. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>

Rahmi, F. E. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Coffee Shop AADK (Ada Apa Dengan Kopi) di Tegalsari Surabaya*. <http://repository.untagsby.ac.id/id/eprint/10892>

- RAMADHAN, M. M. (2022). *PENGARUH PENERAPAN E-FILLING TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DENGAN PEMAHAMAN INTERNET SEBAGAI VARIABEL MODERASI DI KANTOR PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA KOTA SAMARINDA.*
- Rianto, M. R., Setyawati, N. W., Rohaeni, H., & Woelandari, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2159–2166. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5863>
- Rizki, M., Arhami, M., Huzeni, D., Teknologi, J., Dan, I., Politeknik, K., Lhokseumawe, N., Aceh, J. B., & Km, M. (2021). Perbaikan Algoritma Naive Bayes Classifier Menggunakan Teknik Laplacian Correction. *Jurnal Teknologi*, 21(1), 39–45. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30811/teknologi.v21i1.2209>
- Rohmeiningsih, D. (2022). Pengaruh Budaya dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Komitmen Organisasional Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 7(2), 162–167. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i2.158>
- Samsu. (2017). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Sari, F., & Suyuthie, H. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Green House Lezatta Kabupaten Agam. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 1(2), 72–76. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v1i2.6772>
- Sari, L. D., & , Elfiswandi, Y. (2022). *UPI YPTK Analisis Kinerja Pegawai dengan Kepuasan Kerja pada Dinas*. 7, 437–445. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i3.184>
- Sayyida, Z. dan. (2016). Fakultas ekonomi dan bisnis universitas wiraraja - madura. *PERFORMANCE Bisnis & Akuntansi*, VI(1), 67–85. <https://doi.org/https://doi.org/10.24929/feb.v8i1.465>
- Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 223–237. <https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss3.pp223-231>
- Setyawati, R. (2020). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada PT. Vitapharm. *Mini Riset, Universitas Islam Indonesia*, 1–19. [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28279/17211058 Riza Setyawati.pdf?sequence=1](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28279/17211058%20Riza%20Setyawati.pdf?sequence=1)

- Shabrina, V. G. (2019). Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(2), 131–141. <https://doi.org/10.25008/jpi.v1i2.16>
- Silmi. (2017). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Siregar, N., & Hakim, F. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoenng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 87–96. <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/117>
- Sisca, S., Wijaya, A., Chandra, E., & Mailoli, J. (2022). Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Family: Harga Sebagai Pemoderasi. *Maker: Jurnal Manajemen*, 8(1), 101–108. <https://doi.org/10.37403/mjm.v8i1.466>
- SM, A., Lubis, A., & Sabrina, H. (2020). PENGARUH LOYALITAS DAN INTEGRITAS TERHADAP KEBIJAKAN PIMPINAN DI PT . QUANTUM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. *Ekonomi Dan Bisnis*, 2–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jimbi.v1i1.364>
- Solichin, A., Resky Amalia, D. A., Katniaty, L., Wisudawati, T., Sulistyowati, E., & Saputro, W. A. (2021). Pengaruh E-Wom Dan Risk Perception Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 1(02), 2–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v1i02.355>
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada PT. GO-JEK). *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67–81. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.91>
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sorongon, E., Hilmansyah, H., & Hadiyanto, H. (2019). Pengaruh Variabel Kualitas Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Model EUCS. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 3(1), 23–28. <https://doi.org/10.29207/resti.v3i1.777>
- Sriwindarti. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Transportasi Online GrabBike di Ponorogo. *Universitas Muhammadiyah Ponogoro*, 1(1), 1–171. <http://eprints.umpo.ac.id/5878/>
- Suhardi, D., & Gadzali, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt.Bank Mandiri Republik Indonesia Unit Tanjung Siang. *The World of Business Administration Journal*, 1(1), 20–42.

<https://doi.org/10.37950/wbaj.vi.745>

- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Tangerang Selatan. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 450. <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.10038>
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>
- Taroreh3, F. C. P. L. M. R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Tran, V. D., & Le, N. M. T. (2020). Impact of service quality and perceived value on customer satisfaction and behavioral intentions: Evidence from convenience stores in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 517–526. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.517>
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.310>
- V. J. Caiozzo, F. Haddad, S. Lee, M. Baker, W. P. and K. M. B., Burkhardt, H., Ph, R. O., Vogiatzis, G., Hernández, C., Priese, L., Harker, M., O’Leary, P., Geometry, R., Analysis, G., Amato, G., Ciampi, L., Falchi, F., Gennaro, C., Ricci, E., Rota, S., Snoek, C., Lanz, O., Goos, G., ... Einschub, M. (2019). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN BURGER KING KAWASAN SURABAYA PLAZA SURABAYA. *Society*, 2(1), 1–19. <http://eprints.ubhara.ac.id/715/>
- Variza Aditiya, Yulianda Sari, D. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 6212–6224.

<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/6480>

- Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerjaterhadap Kinerja Asn Melalui Kepuasan Kerja Di Dinaspendidikan Dan Kebudayaan *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(1), 186–200. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/jme/article/view/1859>
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). ITHJ International Tourism and Hospitality Journal The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2(1), 1–9. <https://rpajournals.com/ithj>:<https://rpajournals.com/ithj>
- Wicaksono, S. Y. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiki Di Surabaya. ... *Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3100>
- Widaningsih, U. (2022). *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui E-Commerce Shopee Di Kota Bandung*. 1, 1–14.
- Wijaya, G. A. (2017). Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Cafe Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Vosco Coffee Malang) Gisella. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2(5), 14. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4205>
- Wijaya, K., & Syairozi, M. I. (2020). Analisis perpindahan tenaga kerja informal Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 15(2), 173–182. <https://doi.org/10.22437/paradigma.v15i2.10319>
- Wikanto, P. Z. (2020). *PENGARUH IKLAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN DENGAN MINAT BERKUNJUNG SEBAGAI MEDIASI Skripsi DENGAN MINAT BERKUNJUNG SEBAGAI MEDIASI Skripsi*. <https://repository.usd.ac.id/36509/>
- Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). The effect of E-Service Quality , E-Trust , Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka ' s Customer. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 1061–1099. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.609>
- Winarto, H., & Sayoto, B. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Mncvtv Bagian Produksi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(2). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i2.196>
- Wiraguna, I., & Pratama, I. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 1(1), 45–54.

<https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbjhttp://dx>.

Yusda, D. D. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada House of Shopaholic Di Bandar Lampung. *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 2(2), 59. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.284>

Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan CikZulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Da. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 106–128.