

5. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan SmartPLS 3.0. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya lebih baik menggunakan alat analisis data yang lainnya seperti AMOS atau LISREL.
6. Penelitian yang dilaksanakan hanya menguji pengaruh digitalisasi SRC, loyalitas mitra dan citra merek terhadap Peningkatan volume penjualan dengan kualitas pelayanan sebagai variabel intervening. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menguji variabel lain yang berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di sebuah perusahaan.

### DAFTAR PUSTAKA

- cnbcindonesia.com. 17 Februari 2020. Warung Jadi Rebutan StartUp Ternyata Ini Pelopor. Diakses pada 1 September 2022, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200217172703-37138498/warung-jadi-rebutan-bank-startup-ternyata-ini-pelopornya>
- Nikkeiasianreview.com. 18 Februari 2019. Mom and pop 2.0: Asia's traditional retailers embrace tech. Diakses pada 3 September 2022, dari <https://asia.nikkei.com/Business/Business-trends/Mom-and-pop-2.0-Asia-s-traditional-retailers-embrace-tech>
- [Novitasari, D. \(2021\). Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudange Tahu .... Jurnal Penelitian Manajemen Terapan ..., 55–63. https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/514](https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/514)
- Pengaruh, P., Bersih, L., & Biaya, D. (2020). *JAKSI Jurnal Akuntansi Keuangan dan Sistem Informasi*. 1, 112–123.
- Suparyanto dan Rosad. (2020). Pengaruh Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. *Suparyanto Dan Rosad*, 5(3), 248–253.
- Novitasari, D. (2021). Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudange Tahu .... *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan* ..., 55–63. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/514>

- Sasangka, I., & Rusmayadi, R. (2018). The Effect of Service Quality on Sales Volume at Mini Market Minamart'90 Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 129–154. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/53>
- Harini, C., Wulan, H. S., & Agustina, F. (2022). Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Digital Marketing Pada Umkm Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 23(2), 90–96. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v23i2.16860>
- Afriantoni, A., & Ernawati, E. (2019). ANALISIS PERILAKU, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK KOSMETIK MEREK BATRISYIA HERBAL (Studi Kasus pada Masyarakat Dusun Sido Dadi Desa Terentang Baru). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 8(3), 1–12. <https://doi.org/10.22437/jmk.v8i3.8591>
- Sudana, I. K., & Yesy Anggreni, N. L. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan (Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan). *Jurnal Pendidikan Widyadari*, 22(2), 555–561. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5574445>
- Aisyah, S. R., & Tuti, M. (2022). Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe ' S Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(2), 168–179.
- D.T., M. P., Sakti, D. P. B., & Athar, H. S. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Corporate Image Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Pt. Pegadaian (Persero) Di Pulau Lombok (Kasus Pada Penerima Program Kemitraan). *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 7(2), 60–71. <https://doi.org/10.29303/jmm.v7i2.382>
- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). *No://journal.um surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203*
- Wiratanaya, G. N. (2011). Modal Sosial Kelompok Ternak Sebagai Pelaku Perdagangan Hasil Usaha Peternakan di Bali. *DwijenAGRO*, 2(1), 1–7.
- MIFTAHUL RESKI PUTRA NASJUM. (2020). No *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://>
- Setiawan, A., Arman, & Yusril, M. (2021). HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN ( Survey Pada Konsumen PT . Finasia multi finance Cabang Bangkinang ). *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 3(2), 232–241.
- Kencana, P. N. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Pt Sriwijaya Berka Indonesia. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(2), 251–255. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i2.4166>
- Pengaruh, P., Bersih, L., & Biaya, D. (2020). *JAKSI Jurnal Akuntansi Keuangan dan Sistem Informasi*. 1, 112–123.

- gartner.com. 17 Maret 2018. Pengertian digitalisasi. Diakses pada 1 September 2022, dari (<https://www.gartner.com/en>)
- Sukmana, Ena. (2006). Digitalisasi Pustaka. *Jurnal Pustakawan Indonesia*
- Fens Alwino. (2021). Kecerdasan Hukum Respons Revolusi Industri 4.0. diakses 12 Desember 2022.  
<http://stagingpoint.com/read/2018/11/14/151205/Kecerdasan.Hukum.Respons.Revolusi.Industri.4.0>.
- Kompas. (2022). Indonesia Diprediksi Paling Terdampak Revolusi Industri 4.0. Diakses pada tanggal 16 Januari 2023 dari <https://edukasi.kompas.com/read/2018/11/20/16085431/indonesia-diprediksi-paling-terdampak-revolusi-industri-40?page=all>
- Jurnalenterpreneur. (2020). Digital Marketing : Pengertian dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis. Diakses pada 1 September 2022, dari <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>
- Serupa.id.(2022). Kualitas Pelayanan: Pengertian, Indikator, Dimensi, Faktor & Prinsip. Diakses pada 12-12-2022, dari <https://serupa.id/kualitas-pelayanan-pengertian-indikator-dimensi-faktor-prinsip/>
- Psychologymania.com.(2022). Dimensi Citra Merek. Diakses pada 12-12-2022, dari <https://www.psychologymania.com/2013/06/dimensi-citra-merek.html>
- Serupa.id.(2022). Loyalitas Pelanggan: Pengertian, Faktor, Manfaat, Dimensi, Indikator. Diakses pada 12-12-2022, dari <https://serupa.id/loyalitas-pelanggan-pengertian-faktor-manfaat-dimensi-indikator-dsb/>
- Ul Hassan, M., Iqbal, M. S., & Habibah, U. (2020). Self-Service Technology Service Quality: Building Loyalty and Intention Through Technology Trust in Pakistani Service Sector. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020924412>
- 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>
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Abbas, U., Islam, K. M. A., Hussain, S., Baqir, M., & Muhammad, N. (2021). Impact of Brand Image on Customer Loyalty With the Mediating Role of Customer Satisfaction and Brand Awareness. *International Journal of Marketing Research Innovation*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.46281/ijmri.v5i1.987>
- Wengler, S., Hildmann, G., & Vossebein, U. (2020). Digital transformation in sales as an evolving process. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 36(4), 599–614. <https://doi.org/10.1108/JBIM-03-2020-0124>

- Rahman Khan, A., & Aminul Islam, M. (2017). the Impact of Digital Marketing on Increasing Customer Loyalty: a Study on Dhaka City, Bangladesh. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, V(4), 521–528. <http://ijecm.co.uk/>
- Sasangka, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minamart'90 Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 129–154. <https://doi.org/10.31955/mea.vol2.iss1.pp129-154>
- Hasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, S. N. (2021). Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner Di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 135–150. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2529>
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 51(1), 44–48.
- Kristophorus Hadiono, & Rina Candra Noor Santi. (2020). Menyongsong Transformasi Digital . *Proceeding SENDIU* , July.
- Widyana, S. F., & Saputra, S. (2015). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek Industri Jasa Kurir Dan Pengaruhnya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada PT. Jalur Nugraha Eka Kurir). *Competitive*, 10(1), 51–57.
- Liesander, I., & Dharmayanti, D. (2017). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada .... *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1–13. <https://pdfs.semanticscholar.org/33f7/54402a404996356641740db042d5626cb9d6.pdf>
- Wicaksana, I. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk Muda ( The Effect of Digital Marketing and Product Quality on Loyalty Through Satisfaction of Young Customer). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 18(01), 1–10.
- Agatha, C., & Widiartanto. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND LOVE TERHADAP BRAND LOYALTY ( STUDI PADA PEMILIK MEMBERSHIP CARD ORYZA GYM SEMARANG ) Administrasi Bisnis , Universitas Diponegoro , Indonesia Email : cintya.agatha06@gmail.com Abstract Abstrak Pendahuluan Latar Belakang Rum. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2).
- Banking, D. (n.d.). *Margaret Githuku Wanjiku dan Reuben Njuguna Kinyuru*,. 91–101.
- Asaniyah, N. (2017). PELESTARIAN INFORMASI KOLEKSI LANGKA: Digitalisasi, Restorasi, Fumigasi. *Buletin Perpustakaan*, 57, 85–94.
- Saleh, B., & Hadiyat, Y. D. (2016). Use of Information Technology among Performers Micro Small Medium Enterprises in the Border Area (Study in Belu, East Nusa Tenggara) (Penggunaan Teknologi Informasi di Kalangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah

- di Daerah Perbatasan (Studi di Kabupaten Belu Provinsi Nusa Tenggara Timur)). *Journal Pekommas*, 1(2), 141. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2016.2010204>
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 17. <https://doi.org/10.14710/jati.13.1.17-26>
- Aji, R. (2016). DIGITALISASI, ERA TANTANGAN MEDIA (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). *Islamic Communication Journal*, 1(1), 43–54. <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1245890-3690-2-SP>. (n.d.).
- Ghufron, M. . (2018). Revolusi Industri 4.0: Tantangan, Peluang, Dan Solusi Bagi Dunia Pendidikan. *Seminar Nasional Dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2018*, 1(1), 332–337.
- Adha, L. H., Asyhadie, Z., & Kusuma, R. (2020). Digitalisasi Industri Dan Pengaruhnya Terhadap Ketenagakerjaan dan Hubungan Kerja Di Indonesia Industrial. *Jurnal Kompilasi Hukum*, V(2), 268–298.
- Kertasada, D. I. D. (2021). *UPAYA MENINGKATKAN NILAI EKONOMI PELAKU UMKM KERUPUK RAJUNGAN MELALUI DIGITAL MARKETING DI TENGAH PANDEMI COVID-19* Dina Kurniawati , Astri Furqani , Nur Qoudri Wijaya *Upaya Meningkatkan Nilai Ekonomi Pelaku Umkm Kerupuk Rajungan Melalui Digital Marketing Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Desa Kertasada*. 1(3).
- Wijoyo, H., & Widiyanti. (2020). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Era Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Kahuripan*, 10–13.
- Raza, E., Sabaruddin, L. O., & Komala, A. L. (2020). Manfaat dan Dampak Digitalisasi Logistik di Era Industri 4.0. *Jurnal Logistik Indonesia*, 4(1), 49–63. <https://doi.org/10.31334/logistik.v4i1.873>
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Sasangka, I., & Rusmayadi, R. (2018). The Effect of Service Quality on Sales Volume at Mini Market Minamart'90 Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 129–154. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/53>
- Wijaya, A. F. B., Surachman, S., & Mugiono, M. (2020). the Effect of Service Quality, Perceived Value and Mediating Effect of Brand Image on Brand Trust. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(1), 45–56. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.1.45-56>
- Winarno, S. H., Nalendra, A. R. A., & Givan, B. (2020). The Effect of Service Quality, Corporate Image, and Price Perceived in Creating Customer Satisfaction and Loyalty

- on Education Business. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 45–56. <https://doi.org/10.15408/ess.v10i1.14468>
- Arifiya, N. A., Prasasty, A. T. P. T., & Nurhidayati, R. N. (2021). Analysis Of The Effect Of Brand Image On The Sales Volume Of Three Products. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 25–30. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v22i1.646>
- Purnama, S., Bangun, C. S., Panjaitan, A. R. S., & Agung. (2022). The Effect Of Digitalization On Culinary Msmes On Increasing Sales Turnover During Covid 19 Pandemic. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 4(1), 57–66. <https://doi.org/10.34306/att.v4i1.228>
- Mishra, S., & Sikarwar, T. S. (2022). *Effect of Brand Image on Performance of Sales Representatives for ISSN NO : 2347-6648 Page No : 11846. July.*
- Purnama, S., Bangun, C. S., Panjaitan, A. R. S., & Agung. (2022). The Effect Of Digitalization On Culinary Msmes On Increasing Sales Turnover During Covid 19 Pandemic. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 4(1), 57–66. <https://doi.org/10.34306/att.v4i1.228>
- 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>
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>