

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningsih, L., & Hartati, R. (2023). *terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan pada Layanan Shopee*. 4(2), 13–30.
- Albert, G. (2020). Usulan Perancangan Metode 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke) Pada Sumber Sejahtera Pratama Semarang. *Skripsi*, 5(3), 248–253.
- Amelia, A., Manurung, K. A., & Purnomo, D. B. (2022). Peranan Manajemen Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(2), 128–138. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i2.935>
- Amin, L. S. A. (2023). Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Produk Winmilk di Kota Cimahi, Indonesia. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(1), 63–74. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.236>
- Andika, S., & Purnamasari, P. (2024). (*Studi Kasus Pada Pelanggan Kentucky Fried Chicken Di Kab . Bekasi*) *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(2), 1539–1552.
- Anisa, C. A. (2021). Tingkat Manajemen Dan Manajer Beserta Fungsi-Fungsi Manajemen. *Leadership: Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 150–164. <https://doi.org/10.32478/leadership.v2i2.712>
- Apriyanti, Y., Lorita, E., & Yusuarsono, Y. (2019). Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1). <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.839>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Aribowo, A., & Tjandrasa, B. B. (2020). The Effect of Promotion on Financial Literacy in Increasing Buying Interest in Government Bonds. *Petra International Journal of Business Studies*, 3(2), 94–97. <https://doi.org/10.9744/ijbs.3.2.94-97>
- Arif Miftahun Nasih, V. G. & S. R. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Hambatan Terhadap Minat Menggunakan QRIS yang Dimediasi Oleh Sikap Terhadap QRIS. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(3), 1–15. <https://doi.org/10.26740/akunesa>
- Arifin, A., Magito, M., Perkasa, D. H., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Kompensasi, Kompetensi dan Konflik Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 1(01), 24–33. <https://doi.org/10.59422/global.v1i01.130>
- ARTAMEVIAH, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Asikin, D. D., & NurShyfa, E. (2023). Pengaruh Promosi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet (Dana) di Kota Cimahi, Jawa Barat. *Studi*

- ASTRA, S. (2023). Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Sn-Emba) Ke-1 Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen. *Proceeding.Unived.Ac.Id*, 0, 49–58. <https://proceeding.unived.ac.id/index.php/sn-emba/article/view/126%0Ahttps://proceeding.unived.ac.id/index.php/sn-emba/article/download/126/108>
- Astuti, S., Wonua, A. R., & Titing, A. S. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, Vol.2(4), 147–161. <https://journal-stiayappimakassar.ac.id/index.php/Jimas/article/download/664/690/1825>
- Bagus, G., & Dharma, A. (2024). *Pengaruh Promosi , Variasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada UD Saudara di Denpasar*. 4(11), 2001–2014.
- Bagus Handoko, Fahlevi, A., & Siregar, M. S. (2021). Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen. *Analisis Pengaruh Servant Leadership Dan Employee Empowerment Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Organizational Citizenship Behavior Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. PLN (Persero) UIP3B Sumatera UPT Medan)*, 8(2), 42–50. Regresi, korelasi, visual basic%0APendahuluan
- Budiarti, A., & Arifin, F. N. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(12), 1–20.
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Danu Erliawan, A. (2022). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Disiplin Kerja Pada Pemerintah Kabupaten Jombang. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(8), 1331–1342. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.170>
- Darmawan, M. K., & Ziveria, M. (2023). Analisis Kebutuhan UI/UX Mahasiswa Kalbis Institute pada Studi Kasus Learning Management System (LMS) LEAPS Kalbis Institute. *Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 9(2), 401–413.
- Dwi Susanti, R. A., Fardahlia, D., & Indrihastuti, P. (2021). Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana. *J-MACC : Journal of Management and Accounting*, 4(1), 57–71. <https://doi.org/10.52166/j-macc.v4i1.2404>
- Effendy, E., Siregar, E. A., Fitri, P. C., & Damanik, I. A. S. (2023). Mengenal Sistem Informasi Manajemen Dakwah (Pengertian Sistem, Karakteristik Sistem). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 4343–4349.
- Erwan, E. S., & Edi Setiawan. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 129–140.

<https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v1i1.822>

- Excel Ginting, Ary Natalina, & Agustina Nicke Kakiay. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 4(1), 60–68. <https://doi.org/10.56127/jaman.v4i1.1518>
- Fadila, S., & Apriani, W. (2023). Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di TransmartTuparev Karawang. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(2), 239–259. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i2.1591>
- Faizah, O. A., Suparti, S., & Hoyyi, A. (2022). Analisis Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Platform Shopee Dengan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Gaussian*, 10(4), 532–543. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.v10i4.33100>
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.21-26>.
- Febriana Eka Dewi, Ari Kuntardina, E. A. (2022). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa STIE CENDEKIA Bojonegoro angkatan 2017). *JEMB : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 90–99.
- Firdausi, N. I. (2020). pengaruh promotion an place terhadap costumer buying interest pada d fhasion store deli serdang. *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://>
- Foni, R., & Fitriyasari, A. (2024). *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Pengaruh Promosi dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Jiniso di TikTok Shop Pada Mahasiswa STIE IBMT Surabaya*. 1(July), 549–557. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13121394>
- Gigieh Giri Putra Prianika, & Eka Bertuah. (2023). The Effect of Rating, Online Consumer Review and Sales Promotion on Purchase Intention on the Gofood Application. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(3), 565–590. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v2i3.3477>
- Hamidah. D, S. P., & Rangkuti, I. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Antusiasme Calon Peserta Didik Baru Di Sejolah MTS Nurul Ilmi Desa Pantai Gemi Kecamatan Stabat. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan*

- Manajemen Indonesia*, 4(4), 558–572. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.205>
- Hastono, H., & Triyadi, T. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Merk Vivo Di Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3), 372–379. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i3.6800>
- Huda, M., & Trisninawati. (2024). Peranan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap KinerjaKaryawan Dalam Meningkatkan Promosi Produk Di Pt. Pusri Palembang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 13–26.
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2023). *Pengaruh Peringatan Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Nuku di Kota Tidore Kepulauan Nurjana Samad 1 , Akbar A. koja 2 , M. jufri Sukandi 3 Universitas Nuku Kota Tidore Kepulauan – Maluku Utara*. 9(April), 534–545.
- Jeremiah, A., & Tarigan, A. (2023). The influence of promotion, gamification, and user-friendliness on customer loyalty in the Shopee application. *Jurnal Disgismantech*, 3(1), 48–65. <http://dx.doi.org/10.30813/digismantech.v3i1.5216>
- Junaedi, I. W. R., Pribadi, F. S., Latif, A. S., Juliawati, P., Sumartana, I. M., Nurdiana, Abdurohim, Andriani, A. D., Sukmawati, H., Mahanani, E., Fiyul, A. Y., Ariyanto, A., Trinanda, O., & Santoso, R. (2022). Manajemen Pemasaran. In *CV. Eurieka Media Aksara*.
- Junizar, M. N. (2019). Sponsorship Dimoderasi Oleh Citra Merek Yang Berimplikasi Pada Minat Beli (Studi Pada Pengguna Gojek Wilayah Bandung). *Jurnal Ekonomi Manajemen, April*, 5–24.
- Keller, K. dan. (2023). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.
- Khan Mohmand, S. (2019). Research Instruments. In *Crafty Oligarchs, Savvy Voters*. <https://doi.org/10.1017/9781108694247.012>
- Kristanto, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 13–22. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.50173>
- Kualitas, P., Dan, L., Terhadap, H., Pada, P., Studi, G., & Kecamatan, W. (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/m-pu.v12i1.867>
- Kurniawan, B. (2021). Pengaruh Online Customer Reviews Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Di Lazada. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 121–129. <http://jurnal.unw.ac.id/index.php/jibaku/article/view/1076>
- Kurniawan, M. R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Study Kasus pada Pengguna E-Money Mahasiswa Universitas Lampung). *Skripsi Tidak Diterbitkan*, 73.
- Loliyana, R., Hadi, M., & Meidasari, E. (2023). PENGARUH PELATIHAN TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PEGAWAI DENGAN MOTIVASI SEBAGAI

- VARIABEL MEDIASI (Pada PT. NISAN ABADI JAYA). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 65–74. <https://doi.org/10.57084/jmb.v4i1.1052>
- Magdalena, M., Jeki, Z., Jhon, A., & Fakhrur, F. (2023). *PENGARUH PERSEPSI HARGA , PROMOSI , DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA E COMMERCE LAZADA DI KECAMATAN PADANG UTARA THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION , PROMOTION , AND ONLINE CUSTOMER REVIEW ON CONSUMER BUYING INTEREST IN LAZADA E. 11*, 41–48.
- Maharani. (2023). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint di Shopee Pada Pelanggan Implora Cosmetics di Desa Bangun Sar.* 1–85.
- Mahmudah, & Rahmatika. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah Bri Kc Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 419–441. <http://103.114.35.30/index.php/Mas/article/view/6989>
- Manajemen, P. S., Ilmu, F., Dan, S., & Batam, U. P. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada pt pelayaran nasional pacific ferry lines.*
- Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 2(1), 139–152. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Maulana, I. (2022). Peran Penggunaan Search Engine Optimization Dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Beli E-Commerce Elevenia Pada Mahasiswa Kabupaten Purwakarta. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 12–18. <https://doi.org/10.34308/eqien.v9i2.384>
- Mechtildis Olivia. (2022). Pemanfaatan Instagram @Dkksemarang Sebagai Media Komunikasi Bencana Dalam Penanganan Covid-19 Di Kota Semarang (Maret - Desember 2020). *Doctoral Dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.*, July, 41–48.
- Michelle, M., Byhaqi, R., Karyatun, S., & Digdowniseiso, K. (2023). *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE , PRICE , AND PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF WHITE KOFFIE CIVET COFFEE IN THE SOUTH JAKARTA AREA.* 4(5), 733–745.
- Moonik, N., & Gilbert Pomantow, W. (2023). Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop. *Jurnal MABP*, 5(2), 77–91.
- Murni, C. H. (2020). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan

Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Di Shopee. *Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Di Shopee*, 117. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/10560/1/PDF/CHUSNUL.pdf>

Musarofah, S., Malikul Askar, B., & Sya'adah, U. (2022). Kualitas Layanan, Nilai yang Diterima, dan Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan sebagai Mediator. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 39(2), 51–62. <https://doi.org/10.58906/melati.v39i2.81>

Nainggolan, L. P. S. I., Abdullah, M. A.-F., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Go Transit (Studi Kasus Stasiun Tanah Abang). *Jurnal Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(3), 1–16.

Natawijaya, D. (2023). Pengaruh Citra Merek, dan Harga Produk, Terhadap Minat Beli Mobil Honda di Masa Pandemi pada PT. Handijaya Sukatama Jakarta. *EMABI : Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 1–8. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>

Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>

Nugraha, D., Putra, G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Nurfauziah, S., & Herawati, S. (2024). *Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Minat Beli Online Pada Marketplace Tokopedia Di Kota Cimahi*. 6(3), 41–49.

Oktavia, V. D., Sarsono, S., & Marwati, F. S. (2022). Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Cv Cipta Kimia Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 540. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4656>

Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2806–2822. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.905>

Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020a). 濟無No Title No Title No Title. In *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2).

Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020b). 濟無No Title No Title No Title. *Journal GEEJ*, 7(2), 11–30.

Pitaloka, E. S. R., & Wati, K. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Go Food (Studi pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 557–567. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i2.73>

- Poetra, R. D. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Pratama, Y., Fachrurazi, Sani, I., Abdullah, M. A. F., Novianty, H., Narulita, S., Hapsara, O., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Sembiring, R. S. R., Abdurrohman, & Islam, D. (2023). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis Dan Strategi Di Era Digital). In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 135, Issue 4). [https://digilib.iainptk.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2748/23-01-124-EBOOK-Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran %28Analisis dan Strategi di Era Digital%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://digilib.iainptk.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2748/23-01-124-EBOOK-Prinsip%20Dasar%20Manajemen%20Pemasaran%20Analisis%20dan%20Strategi%20di%20Era%20Digital%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Putra, K. R. ananda, Landra, N., & Puspitawati, N. M. D. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karayawan Pada Lpd Se-Kecamatan Tabanan. *Jurnal Emas*, 3(9), 126–134.
- Putra, S. P., Suswati, E., & Astuti, R. (2023). *PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK JASA DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PADA PT . THE INFLUENCE OF SERVICE PRODUCT DEVELOPMENT AND EASE OF USE ON.* 1(1), 73–96.
- Putu, I., Nota, D., Sujana, H., & Pelanggan, L. (2024). *Jurnal Ekonomak Vol. 10 No. 2 Agustus 2024|8 Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan di PD. Alam Aneka Aroma.* 10(2), 8–14.
- Quality, S., Quality, P., Restu, C. V, Akmal, E., Patuan, H., & Mayasari, Y. (2023). *Journal of Applied Business and Technology Promotion , and Location on Customer.* 4(2004), 39–54.
- RAHMAWATI, S. (2023). ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCRs) DAN RATING: STUDI KASUS PEMBELIAN KOSMETIK DI SHOPEE. *Stie Indonesia Jakrta*, 7–8.
- Ramadhan, D. F. (2022). Manajemen Dan Peran Manajer “Pentingnya Manajemen Dan Peran Manajer Di Sekolah.” *Bahan Ajar Manajemen*, April, 2.
- Ranti Putri Pratiwi, Angga Putri Ekanova, & Olivia Puspita Nagari. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Layanan Shopeefood Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 18–28. <https://doi.org/10.56127/jekma.v1i2.130>
- Rianti, F., Fatmawati, K., Tahier, I., & Palopo, U. M. (2024). *Unsur unsur penting yang dimiliki guna mewujudkan human capital manajemen.* 8(6), 913–920.
- Rianti, M. (2021). Pengaruh Penilaian Pelanggan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Peternak Pengguna Pakan Lokal. *Jurnal Ilmiah Manajemen “E M O R,”* 5(1), 100. <https://doi.org/10.32529/jim.v5i1.989>
- Rika Widianita, D. (2023). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Riki, Kremer, H., Suratman, Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi

Produk. *Jurnal Cafeteria*, 4(1), 98–105.

- Ristiana, U. (2020). Pengaruh Promosi Gofood Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>
- Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(2), 2022.
- Safari Sitorus, T. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening. In *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora* (Vol. 2021).
- Santika, A. A., Saragih, T. H., & Muliadi, M. (2023). Penerapan Skala Likert pada Klasifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Agen Brilink Menggunakan Random Forest. *JUSTIN (Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 11(3), 405–411.
- Saputro, G. B., & Siagian, H. (2019). Melalui Variabel Intervening Motivasi Kerja Di Head Office Pt Marifood. *Agora*, 5(3), 1–8.
- Saragih, M. H., & Prayitta, A. D. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Branding Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Dompot Digital ShopeePay sebagai Metode dan Teknik Pembayaran. *Jurnal Simki Economic*, 6(1), 19–30. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i1.156>
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5), 1–17.
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 311.
- Sari, U. K., Setyadi, H. J., & Widagdo, P. P. (2023). Evaluasi Kesuksesan Sistem Informasi Terpadu Layanan Prodi (SIPLO) Menggunakan Model Delone Dan Mclean Pada Fakultas Teknik Universitas Mulawarman. *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 2(1), 48–58. <https://doi.org/10.30872/atasi.v2i1.536>
- Sarra, F. S. (2023). Antecedent Behavioral Intention Penggunaan Reusable Bag. *Journal of Social Science Research*, 3, 10244–10255.
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 1–11.
- Sembada, I. V., Bustam, B., & Hotimah, E. (2022). Pengaruh Promosi dan Testimoni

- Terhadap Minat Beli Produk Lyfira Hijab Dimediasi oleh Kepercayaan. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(01), 21–30. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v3i01.276>
- Septiani, R., & Nurhadi. (2020). Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh E-Service Quality,. *Jurnal Fokus*, 10(2), 249–268.
- Setiawan, D. (2024). Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi dengan Pendekatan HOT-FIT Model. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 1–11. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp77-87>
- Setiawan, E., & Steven. (2021). Minat Beli Konsumen Di Bakso Kota Cak Man Magelang. *Jurnal Pariwisata Vokasi (JPV)*, 2, 34–41. <https://jurnal.akparnhi.ac.id/jvp/article/view/11>
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Sihombing, D. A., & Juliasari, F. A. (2022). Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pembelian Konsumen Gofood di Kalangan Mahasiswa IBM asm. *5th NCBMA (Universitas Pelita Harapan, Indonesia) "The Opportunity of Digital and Technology Disruption"* 18, 21–28.
- Siti Romlah, & Komarun Zaman. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Anak Negeri Tour Travel Ciamis. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3(3), 335–342. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v3i3.2051>
- Stansyah, M. R., Choirunnisa, R., Tegar, M., & Putri, S. S. A. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 43–49. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p43-49>
- Subaida. (2022). *Pengaruh disiplin kerja dan motivasi kerjaterhadap kinerja asn melalui kepuasan kerja di dinas pendidikan dan kebudayaan kabupaten situbondo*. 1(1), 186–200.
- Sudirjo, F., Vivid Violin, Akmal Abdullah, Ifadhila, & Muhammad Subhan Iswahyudi. (2023). The Effect of Promotion, E-Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Its Implication on Loyalty of Tokopedia Customers. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(5), 1724–1728. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i5.1473>
- Sujatmiko, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Gojek Pada Mahasiswa FIKOM Universitas Islam Riau. *Doctoral Dissertation*.
- Supriyadi. (2020). Studi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dilihat Dari Manajemen Pelayanan Pariwisata dan Kebijakan adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Kabupaten Pangandaran. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 2(1), 100–116.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>

- Sutrayani, S., & Anggraini, D. (2021). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 565–573. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3780>
- Syifa, A. N., & Maulani, T. S. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Tiket Kereta Api Secara Online Menggunakan Aplikasi KAI Access (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bandung). *Banking and Management Review*, 10(2), 1425–1442. <https://doi.org/10.52250/bmr.v10i2.443>
- Tanata, H. F., & Chirstian, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Hungtata. *Performa*, 4(6), 94–103. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i6.1182>
- Taufiqurrohman, M. F., Widarko, A., & Suharto, M. K. A. B. (2021). Pengaruh promosi, rating produk dan kemudahan penggunaan terhadap minat beli pada aplikasi layanan pesan antar makanan gofood. *Jurnal Riset Manajemen*, 1–13.
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Trivaika, E., & Senubekti, M. A. (2022). Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android. *Nuansa Informatika*, 16(1), 33–40. <https://doi.org/10.25134/nuansa.v16i1.4670>
- Umar, N. J., & Akhfar, M. (2021). Pengaruh Rating Terhadap Minat Beli Online Customer Pada Layanan Go-Food Melalui Aplikasi Gojek. *KAREBA Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1–8.
- Veronika, V., & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1272>
- Virawati Adinda, S. T. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening (Studi pada Konsumen Produk Scarlett Whitening di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(No 2 Tahun 2023), 134–141.
- Widhiaswara, I. A., & Soesanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 114–125. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.114-125>
- Wijaya, E., The, S., Santoso, P. H., Chandra, J., & Suyono, S. (2023). Dampak Harga, Ulasan Online, Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 225–233. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v11i2.3461>
- Winda Sofiana Sundari, Bambang Riono, S., & Dwi Harini. (2022). Analisis Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamart Songgom. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 180–187. <https://doi.org/10.55606/jimak.v1i2.494>
- Yonathan, V., & Angreni, T. (2021). Pengaruh Promosi di Aplikasi Youtube dan Variasi

Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1153%0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/download/1153/596>

Yosevina Purba, P., Katharina, N., Govindo, R., & Gunawan, R. (2021). Pengaruh promosi, harga dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian produk minyak gemuk di PT. Cipta Sarana Jaya Abadi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(4), 785–798.
<https://doi.org/10.22437/jpe.v16i4.13077>