

DAFTAR PUSTAKA

- Aden, W. (2023). Manajemen Pemasaran Sekolah Era 4.0. *Jurnal Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 12(1), 51–56.
- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma , Pendekatan , Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682–693. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0APenelitian>
- Aguspriyani, Y., Polindi, M., Diesy Fitriani, P., Taufik Darmansyah, T., & Mehta Setiadi, R. (2023). Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 35–48. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/14937>
- Albert, G. (2020). Usulan Perancangan Metode 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke) Pada Sumber Sejahtera Pratama Semarang. *Skripsi*, 5(3), 248–253. [http://repository.stei.ac.id/2683/5/BAB 3.pdf](http://repository.stei.ac.id/2683/5/BAB%203.pdf)
- Alfian, D., & Noersanti, L. (2020). The Effect of Price, Service Quality and Location on Customer Satisfaction and Customer Loyalty (Case Study at Pasar Jaya Klender SS). *Indonesian College of Economics*, 1–28.
- Aljumah, A. I., Nuseir, M. T., & El Refae, G. A. (2022). The effect of sensory marketing factors on customer loyalty during Covid 19: Exploring the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1359–1368. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.5.015>
- Anwar, M., & Andrean, D. (2021). The Effect of Perceived Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decision. *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)*, 176(ICoSIAMS 2020), 78–82. <https://doi.org/10.2991/aer.k.210121.012>
- Apriasty, I., & E. Simbolon, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 135–145. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.21>
- 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>
- 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>
- Arnold, N., & Siburian, L. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Planet Futsal Batam.
- Assidiki, Z., & Budiman, A. N. (2023). The Influence of Price, Promotion, Product Quality,

and Consumer Satisfaction on Purchasing Decisions of HAUS! *Research of Business and Management*, 1(1), 21–31. <https://doi.org/10.58777/rbm.v1i1.20>

Astuti, A. (2020). Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*, 2020, 1–23. [http://repository.unsada.ac.id/4400/3/Bab 2.pdf](http://repository.unsada.ac.id/4400/3/Bab%202.pdf)

Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. *Akmami*, 2(2), 204–219.

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>

Ayu, J. P. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari di Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 223. <http://jurnalpariwisata.stpttrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1478>

Ayu Purnamasari, I., & Citaningtyas Ari Kadi, D. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Online Store Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 4, 2.

Azis, A., Dwi Rahmawati, E., & Alia Akhmad, K. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 1(4), 203–222. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v1i4.1279>

Bachri, S., Putra, S. M., Farid, E. S., Darman, D., & Mayapada, A. G. (2023). the Digital Marketing To Influence Customer Satisfaction Mediated By Purchase Decision. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 578–592. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.03.03>

Baidhowi, M. M., Hotman, H., & Darussalam, H. (2022). Factors To Increase Sales Turnover of Ornamental Fish Through Digital Marketing. *Scientia: Jurnal Hasil Penelitian*, 7(1), 1–9. <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>

Bernarto, I., Purwanto, A., & Masman, R. R. (2022). The Effect of Perceived Risk The Effect of Perceived Risk, Brand Image and Perceived Price Fairness on Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen*, Volume XXV(01), 35–50. <http://dx.doi.org/10.24912/jm.v26i1.833>

Br Marbun, M., 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/10.38035/jmpis.v3i2.1134>

Butarbutar, M., Efendi, E., Simatupang, S., Butarbutar, N., & Sinurat, D. N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffee Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 200–207.

<https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.395>

- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), 22–32. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i02.334>
- Cindy Natarina, Rivai, A. K. R., & Febrillia, I. (2023). Analysis of Factors Affecting Consumer Loyalty: a Study on Consumers of Mrt Jakarta Public Transportation Services. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 14(01), 17–29. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.014.1.03>
- Dani, A. R., & Mujanah, S. (2021). Pengaruh Servant Leadership, Beban Kerja Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Dinas Perhubungan Kabupaten Bangkalan Madura Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening. *Media Mahardhika*, 19(3), 434–445. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v19i3.269>
- 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>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Dewi, L. K. C., Widagdo, S., Martini, L. K. B., & Suardana, I. B. R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2), 243–270. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5205>
- Diansyah, D., & Nadya, P. (2023). The Effect of Digital Marketing and Product Quality on Customer Satisfaction with Purchase Decisions as a Moderation Variable at Cv. Carlitos Maju Pratama. *Return : Study of Management, Economic and Bussines*, 2(8), 845–853. <https://doi.org/10.57096/return.v2i8.136>
- Dini Yani, Muhammad Yusuf, Ery Rosmawati, & Zenita Apriani. (2022). Branding Brand Image Strategy Study Through Digital Marketing Overview on MSMEs: Sanggabuana Coffee (KoSa) in Mekarbuana Village, Karawang. *International Journal of Economics and Management Research*, 1(3), 183–193. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v1i3.59>
- Duha, H. W. P. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Ud Henny Aluminium Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(1), 204–214.
- Dwi Jayanti, S. (2022). Analysis of Self-Service Quality on Customer Satisfaction at All You Can Eat Restaurants in Bandung City, Indonesia Analisis Kualitas Layanan Self-Service terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran All You Can Eat Kota Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 3(3), 71–80. <https://ijabo.a3i.or.id>

- Dwi Poetra, R. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Eviani, I., & Rachmat Hidayat, Y. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11–19. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumenposkopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684/585>
- 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>
- Farreza, wahyuningsih, A. (2022). *Economics and Business Faculty of Tadulako University*. 4(3), 57–69.
- Febriansyah, F., & Triputra, G. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(1), 70–88. <https://doi.org/10.30873/jbd.v7i1.2618>
- Fiqri, M., Wahyuningsih, S., & Nurhasanah, T. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Marketplace Terbaik Menggunakan Metode AHP pada Kelurahan Gunung Batu. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 2(02), 268–280. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v2i02.1724>
- Firmanda, A. F., & Lukiausti, F. (2021). Analisis Peran Mediasi Kepuasan Nasabah Pada Hubungan Digital Marketing Dan Brand Loyalty Pada Bank Jateng Cabang Wonosobo Adityawan Fajar Firmanda 1, Fitri Lukiausti 2. *Jurnal Among Makarti*, 14(2), 29–49.
- Giawa, I. M., Sinaga, S., & Sinaga, A. (2021). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Konsumen Pada Pt.Carefastindo Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 10(2), 302. <https://doi.org/10.46930/global.v10i2.2133>
- Halimah, M. A., & Yanti, R. D. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 70–79. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.916>
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253.*
- Handayani, S. (2023). The Influence of Product Quality and Price Perception on Purchase Decision: Satisfaction as A Moderation. *UPI YPTK Journal of Business and Economics*, 8(1), 17–25. <https://doi.org/10.35134/jbe.v8i1.233>
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>

- Hendayana, Y., Suryana, Disman, M. S., Mulyadi, H., & Saputra, J. (2019). The empowering comparative supply chain operations of batik SMEs through uniqueness of packaging, productivity and innovation. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(5), 986–993.
- Irwan, I., & Wibowo, E. A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 609–624. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3785>
- Islami, K. M., Anggriani, R., & Faerrosa, Lady. (2023). the Influence of Social Media Marketing, Destination Image on Visiting Decisions With Visiting Interest As an Intervening Variable. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 11(2), 147–164. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v11i2.403>
- Jacky, & Syaifullah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Focus Digisellindo Utama. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 3 n*, 1–8.
- Jimmy Yosol, P.M. Budi Haryono, & Soegeng Wahyoedi. (2021). The Effect of Integrated Marketing Communications and Service Quality on Purchase Decisions Mediated by Consumer Satisfaction in the Covid-19 Pandemic Era (Study at Maybank Finance Java Non Jabodetabek Area). *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi Dan Perubahan Sosial*, 8(4), 239–251. <https://doi.org/10.33258/konfrontasi2.v8i4.161>
- Kamuri, K. J., & Kurniawati, M. (2020). *The Influence of Digital Marketing Tools on Tourist Visiting Interest to Fatukopa Hill, TTS Regency*. 158(June), 392–396. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201212.055>
- Kartawaria, J. R., & Normansah, A. C. (2023). *PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN START-UP*. 4(1), 21–29.
- Konjongian, M. P., Mangantar, M., & Maramis, J. B. (2022). Analisis Kinerja Keuangan Sebelum (2019) Dan Saat Masa Pandemi Covid-19 (2020) Pada Perusahaan Pertambangan Logam Dan Mineral Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*, 10(1), 1545–1554.
- Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 355–370. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1215>
- Kurniawati, A., Lubis, J., & Al-Ihsan, M. A. (2023). The Effect of Digital Marketing and Personal Selling on Consumer Purchase Decisions in Beauty Products. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 106–114. <https://doi.org/10.36555/almana.v7i1.2116>
- Kusuma Wijaya, M. I. S. (2020). Analisis perpindahan tenaga kerja informal Kabupaten Pasuruan Kusuma Wijaya; Muhamad Imam Syairozi*. In *Jurnal Paradigma Ekonomika* (Vol. 15, Issue 2).
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Liana, A., Annisa, W., Mahardika, D., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Lokasi Usaha,

- Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 127–150. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i2.984>
- Maharani, N. S., & Haryati, E. S. (2023). Efektivitas Petugas Unit Aviation Security (Avsec) Terhadap Keamanan di Bandar Udara Sultan Babullah Ternate. *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 1(1), 7–15. <https://doi.org/10.57235/jetish.v1i1.27>
- Mahendra, N. B. (2023). *PENGARUH FASILITAS WISATA DAN HARGA TERHADAP DI WANA WISATA BATU KUDA KABUPATEN BANDUNG (THE INFLUENCE OF TOURISM FACILITIES AND PRICES ON TOURIST VISIT DECISION AT WANA WISATA BATU KUDA IN BANDUNG DISTRICT)*. 2(April), 10–24.
- Maitsa Nayla Faiha. (2022). The Effect of Consistency of Taste and Price of HIMAJAS Products for Consumers to Make Repeat Purchases. *International Journal Administration Business and Organization*, 3(3), 6–13. <https://doi.org/10.61242/ijabo.22.220>
- Makawoka, C. D. P., Soepeno, D., & Loindong, S. S. . (2022). Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 817. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40645>
- Marthadinata, S., Ritonga, J., Manajemen, P. S., & Pamulang, U. (2024). *KARIR: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 3, No.1, April 2024*. 3(1).
- Muhammad Fadly Lubis, Suwarno, & Husni Muharram Ritonga. (2022). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction of PT. Alam Jaya Wira Sentosa Padang Sidempuan. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BloHS) Journal*, 4(2), 270–281. <https://doi.org/10.33258/biohs.v4i2.655>
- Mushoffa, A. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Lawang Coffee. *Jurnal Economina*, 2(8), 1979–1987. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.700>
- Nawang Sari, L. C., Widayati, C. C., Buana, U. M., & Crazy, A. E. (2020). The Effect of Celebrity Endorsement, Electronic Word of Mouth, and Customer Satisfaction to Purchasing Decision. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 67, 24–33. <https://doi.org/10.7176/jmcr/67-04>
- Noor, A. (2022). *Manajemen pemasaran* (Issue April).
- 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>
- Nurul Akmal, S. U. (2022). Pengaruh ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, efikasi diri dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada nurul henna aceh di banda aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Nurul, M., Desa, I., Gemi, P., & Stabat, K. (2023). *strategi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan antusiasme calon peserta didik baru di sekolah mtss*

nurul ilmi desa pantai gemi kecamatan stabat. 9, 77–87.

- Oktaviani, S., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, 10(2), 1–15. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/6451%0Ahttp://repository.stei.ac.id/6451/3/BAB2.pdf>
- Pally, N. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Oktober, 2023(20), 537–552. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8429948>
- Pebrianti, T. (2022). Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warung Bakso Solo Macan Lindungan Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 9–25.
- Purba, B., Situmorang, E. A. A., Firmansyah, D., Manurung, T., & Medan, U. N. (2024). *Economic Reviews Journal*. 3, 2060–2065. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.308>
- Putera, P., Tecolalu, M., & Wahyoedi, S. (2022). The Effect of Price, Service Quality on Customer Satisfaction Mediated by the Purchase Decision tt PT Maybank Indonesia Finance during the Covid-19 Pandemic. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 2(2), 173–184. <https://doi.org/10.55927/ijba.v2i2.646>
- Putri, Y. M., Utomo, H., & Mar'ati, F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga. *Among Makarti*, 14(1), 93–108. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.206>
- Rachmawati, M., & Sudiyono, S. (2023). *The Influence of Digital Marketing and Destination Image on Visiting Decisions at Merbabu Park Kopeng Tourist Destinations. January 2021*. <https://doi.org/10.4108/eai.6-5-2023.2333581>
- Rafika, A., & Nugroho, E. S. (2021). The Effect Of Tourism Product Attributes And Destination Image On Visit Decisions In Sri Baduga Tourism Destination, Purwakarta Regency. *Business and Accounting*, 4, 656–664. www.jatiluhuronline.com
- Ramadhani, N. D. P., Rini, & Setiawan, H. (2021). Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam The Influence Of 3A On The Decision to Visit Tourists at The Air Terjun Temam Tourist Attraction. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 162–171. <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
- Rifdah, B. N., & Kusdiwanggo, S. (2024). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Kawasan Pariwisata di Indonesia : Tinjauan Literatur Sistematis Factors Influencing Community Participation in the Development of Tourism Areas in Indonesia : A Systematic Literature*. 13(167), 75–85.
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Rizki N, V. S. (2023). *Strategi Pengiklanan Dan Pelayanan Pariwisata Di Indonesia*

Pasca Pandemi Covid-19 Rizki Nurul Nugraha, Vickrham ShahJehan Achmad Universitas Nasional. 9(June), 510–516.

Ruskamto, Anhar, & Pragiwani. (2023). Pengaruh Kualitas pelayanan, Kualitas website, dan Citra perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Repository Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, hal 6.

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).

Salim, E., Ali, H., & Yulismi, Y. (2023). Visiting Decision Model: Products, Prices, and Digital Marketing Through Consumer Satisfaction Visiting Decision in Tourism in Solok Regency. *International Journal of Social Science and Business*, 7(2), 313–325. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i2.53320>

Saputro, G. B., & Siagian, H. (2019). Melalui Variabel Intervening Motivasi Kerja Di Head Office Pt Marifood. *Agora*, 5(3), 1–8.

Sari, U. K., Setyadi, H. J., & Widagdo, P. P. (2023). Evaluasi Kesuksesan Sistem Informasi Terpadu Layanan Prodi (SIPL0) 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.

Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>

Satria, R., & A.R., H. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Penjualan Produk KartuAS Telkomsel Cabang Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 160–171. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.361>

Satria, R., & Imam, D. C. (2024). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5490–5500. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.3020>

Satya, A., & Irna, C. (2016). Product Attributes and Price on Purchase Decision of Xiaomi Smartphone. *Trikonomika*, 15(1), 40. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v15i1.398>

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. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

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>

SHELEMO, A. A. (2023). No Title. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.

- Sianturi, M., & Faris, S. (2022). The Influence of Digital Marketing and Advertising on Customer Satisfaction with Price as a Moderating Variable (Case Study of Online Shopping at Shopee). *Universitas Prima Indonesia, Medan Jl. Sampul*, 10(1), 47–53. www.ijafibs.pelnus.ac.id
- Situmorang, J., Sembiring, R., & Sianturi, J. A. T. P. (2023). Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX (Maret 2023 – Agustus 2023). *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 6, 1–13.
- Sofia, S., Natasya Firyal, R., Oktaviani, A., Maula Ghifari, N., & Wachdijono, W. (2023). The Effect of Baristas on Consumer Satisfaction through Coffee Shop Atmosphere as an Intervening Variable. *Journal Transnational Universal Studies*, 1(8), 769–785. <https://doi.org/10.58631/jtus.v1i9.46>
- Solehudin, D. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Indomaret Perumahan Graha Selaras Bogor. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 9(2), 165–174. <https://doi.org/10.35384/jemp.v9i2.377>
- 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)*, 3(1), 2–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v1i02.355>
- Subaida. (2022). *Pengaruh disiplin kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja ASN melalui kepuasan kerja di dinas pendidikan dan kebudayaan kabupaten situbondo*. 1(1), 186–200.
- Suherman, U. (2024). *Penerapan Fungsi Manajemen dalam Meningkatkan Mutu Pondok Pesantren*.
- Sukmawati Jaya, F. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Merek Minuman Menantea The Effect of Brand Image, Price, and Product Quality on Repurchase Intention of Menantea. *Sinomika Journal | Volume*, 2(5), 819–832. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v2i5.1820>
- Sulastri, E., & Satispi, E. (2021). *The Effect of Service Recovery on Customer Satisfaction with Customer Trust as an Intervening Variable*. 1(3), 86–93.
- Sumarsid, 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/m-pu.v12i1.867>
- Suparyanto dan Rosad (2015). (2020). Pengaruh Motivasi, Komitmen Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Daya Surya Sejahtera Ponorogo. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Susianto, B., Johannes, J., Yacob, S., Manajemen, D. P., Manajemen, D. P., & Kerinci, K. (2022). *PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN AMENITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA DESA WISATA KABUPATEN KERINCI*. 3(6), 592–605.
- Teguh Setiawan Wibowo, S., Asir, M., Abduh Anwar, M., Wijaya, E., Mahardhika, S., Makassar, I., Muhammadiyah Sidenreng Rappang, U., Cipasung Tasikmalaya, U.,

- Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis, I., & Author, C. (2022). Product Pricing Strategy On Consumer Purchasing Power: A Literature Study. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2987–2996. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Tengku Putri Lindung Bulan, Erni Junaida, & M.Herdi Maitama. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 115–123. <https://doi.org/10.32696/jaapi.v2i1.733>
- Werdiastuti, P. E., & Agustiono, A. (2022). The effect of product quality and price toward repurchase intention at Taco Casa Bali during Covid-19 pandemic. *Asian Management and Business Review*, 2(2), 193–206. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol2.iss2.art7>
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 82–91.
- 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. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 4(3), 1061–1099. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/609>
- Windarsari, W. R., Sudarmiati, S., & Siswanto, E. (2022). The Effect of Fast Food Digital Marketing on Purchase Intention Through Brand Image and Consumer Satisfaction (Study on KFC Palopo's Teen Consumers). *Journal of Economics Education and Entrepreneurship*, 3(2), 98. <https://doi.org/10.20527/jee.v3i2.6225>
- Wiranata I, Agung A, & Prayoga I. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery Batubulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1827%0Ahttps://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/download/1827/1480>
- Yosandri, B. J., & Eviana, N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor Tambahkan. *International Journal of Tourism and Education*, 7(1), 1–23. <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/download/1269/783>
- Zardi, H., Wardi, Y., & Evanita, S. (2019). *Effect of Quality Products, Prices, Locations and Customer Satisfaction to Customer Loyalty Simpang Raya Restaurant Bukittinggi "Salero Nan Tau Raso."* 64, 856–865. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.75>