

DAFTAR PUSTAKA

- Afrina Yasmin, Sadia Tasneem, Kaniz Fatema. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age. *International Journal of Management Science and Business Administration*. Volume 1, Issue 5, April 2015, Pages 69-80
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Metodologi Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Penerbit Rhineka Cipta.
- Assauri, S (2012). *Strategic Marketing - Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Daengs, Achmad, Andi Farouq, 2016. Brand Equity on Brand Image of Tourism Object in Surabaya. *Proceeding International Universitas Muhammadiyah Jakarta*, Vol. 1 No. 1, page : 287-293
- Eun Young Kim, Y.-K. K. (2002). Predicting online purchase intentions for clothing products, 883-897.
- Fitrianna, H dan Derista Aurinawati (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* Volume 03, Nomor 03, Juni 2020.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.
25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Haryanto, Aris Tri dan Septiana Novita Dewi (2016). Pengaruh Kepuasan Konsumen Sebagai Mediator Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Pondok Padi Organik di Sragen). *Journal of Economic Education JEE* 5 (2) (2016).
- Hasan Abdurahman dan Asep Ririh Riswaya. 2014. Aplikasi Pinjaman Pembayaran Secara Kredit Pada Bank Yudha Bhakti. *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol. 8 No. 2
- Haksever et al (2000). *Service Management operations*. USA: Pearson Prentice Hal.
- Hidayat, Rahmat (2015). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Philips (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University). *Jurnal Ecodemika* Vol 3, No 1 (2015).
- Idris, 2008, *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif dengan Program SPSS*,

Edisi Revisi III, UNP Padang.

Irawan, Immanuel Candra (2020). Analisis E-Marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online. *Journal of Business and Banking* Volume 9 Number 2 November 2019 - April 2020.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey : Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* 15th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.

Mohammed, R.A., Fisher, R.J., Jaworski, B.J., Paddison, G.J. 2003. *Internet Marketing: Building Advantage in A Networked Economy*. New York : McGraw Hill, Inc.

Muhammad Fajar Fahrudin, E. Y., 2015. Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business and Banking*, Volume 5, No. 1.

Oscar, Bheben dan Hilman Cahya Megantara (2020). Pengaruh atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*. Volume 10, Nomor 1, Maret 2020 ISSN : 2087-3077.

Parasuraman, A., Barry, L. Leonard, Zeithaml, Valerie A. 1988. SERVQUAL: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol. 64 (Spring).

Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.

Riyanto, A. (2018). Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi Andi. *Ecodemica*, 2(1).

Roisah, dan Riana (2016). Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 4(1), 100-107. <https://doi.org/10.31311/jeco.v4i1.351>.

Rumiyati dan Afriapollo Syafarudin (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran, Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Era Covid-19. *Insight Management Journal* Volume 1, Issue 2, January 2021, pages 32-42.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta., CV.

Saudjana, Kenneth (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Waktu, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk

Membeli Melalui Toko Online. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Volume 53/No.12/Desember -2016 : 88-109.

- Setyarko, Y., 2016. Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, Volume 5, No. 2.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen “Best Autoworks.” *Jurnal Manajemen*, 1, 755–764.
- Simamarta, H.M.P., Saragih, D.Y., & Panjaitan, N.J. (2018). Peningkatan Kualitas Layanan Untuk Kepuasan Pelanggan Hotel. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK&BI)*, (S.l.), 1(1), 43-51.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2016). *Service, quality and satisfaction*. Yogyakarta.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Widagdo, H., 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan*, Volume 1.
- Windasuri, H. & Hyacintha, H. (2017). *Excellent Service*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yoestini dan Rahma, Eva. S. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*: Vol. II No.1, P.261-276.