

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, D. , & S. M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 3(3), 123–128.
- Agnes, H. M. L., & Tjahja Andari, T. (2022). *The Effect Of Difference And Sales Promotion On Purchase Decisions With Digital Fund Wallet For Fund Application Users In Bogor City*. <https://ojs.unida.ac.id/Jvs>,
- Akkip, F. E. D., Ariwijaya, H., & Milang, I. (2023). AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal 485 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk. *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 09(1). <https://doi.org/10.37905/aksara.9.1.485-500.2023>
- Alfaruq, A. N. (2020). Pengaruh Instagram Ads (Advertising) Dalam Membangun Brand Awareness Clothing Line HEBE. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, Vol 9(No.2.2016).
- Andika, R., Kusnadi, E., & Wiryaningtyas, D. P. (2022). Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Sembako Barokah Dibesuki Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(4), 692–712.
- Aprillia, A., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 242–257.
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Jurnal INTEKNA : Informasi Teknik Dan Niaga*, 19(2), 115–120. <https://doi.org/10.31961/intekna.v19i2.871>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.

- Aulia Nur Rahmawati, L. S. (2021). *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan IndiHome di STO Injoko Witel Surabaya Selatan)*. <http://www.jsep.org/index.php/jsep/index>
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17, 2. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02>
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, Hineo, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di CV. Mufidah Kota Gorontalo. *Journal of Economic And Business Education*, Volume 1((2) May / 2023). <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JEBE/index>
- Febriansyah, & Triputra, G. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol 7. No. 1, 70–88.
- Fiona, D. R. , & H. W. (2020). Pengaruh promosi penjualan dan e-service quality terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341.
- Gigih, R. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *JURNAL MANAJEMEN*, 07, 47–67.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.
- Iswati, H. , & L. N. I. (2021). Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Pada Toko Online Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 14–30.
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Ramadani, L. D. (2021). Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. *Management and Business Review*, 5(2), 224–238. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5833>

- Kartika, M. , & G. R. L. (2019). Analisis E-Wom, Online Shopping Experience dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen E- Commerce Shopee pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Tepak Manajemen Bisnis*, 11(2), 289–307.
- Kelwig, D. (2023). *Sales promotion: Definition, examples, ideas, and types [Business Consultant]*. Zendesk.
- Khoironi, M. (2019). 300016-pengaruh-kualitas-layanan-terhadap-kepu-07ab18cd (1).
- Komang Rada, N., & Efriyanti, F. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Sibatik journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(9), 1715–1726. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i9.229>
- Kotler, et al. (2022). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing Management, EBook: Vol. 16th ed* (Global Edition). Pearson Education, Limited.
- Kristantyo, A. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Laboratorium Nutrisi Loka Penelitian Sapi Potong Di Pasuruan). *Bulletin of Management and Business, Volume 2, Nomor 1*, 1–11.
- Lestari, F. A. P. (2019). Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Sosio Ekons*, 10(1), 87–95.
- Lukito, W. A., & Fahmi, A. (2020). *Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa*. www.websindo.com,
- Mahe, A. A., Suwarsono, B., & Nadhiro, U. (2023). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Pelayanan Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Bebek H. Slamet Kota Kediri Ake. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 240–257.
- Manik, C. D. (2020). Pengaruh Kegiatan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Serasi Perkasa Di Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4), 512–519.

- Mulyapradana, A., Anjarini, D. A., & Harnoto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT .Tempo Cabang Tegal. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol 3 No 1*, 26–38.
- Nurliyanti, N., Susanti, A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Literature Review Strategi Marketing Manajement*, 2(2), 224–232.
- Pasaribu, K. V. & Yuliawati. (2019). Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 2(2), 99–112.
- Rahmayanti, P. L. D. , & E. N. W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Online Food Delivery Service Di Bali. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 146–161.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Setyawati, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen, Volume 3 Nomor 4*.
- Siboro, E. Y. L. P., & Yokanan, R. T. (2023). Pengaruh promotion, store atmosphere, dan service quality terhadap customer satisfaction dimediasi oleh purchase decision. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen, Volume. 19 Issue 1*, 152–162.
- Sinaga Boris Gabrie, P. M. T. R. (2020). Analisi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Telkom Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi Methonomi*, 2507, 1–9.
- Sitepu, E. A., & Marpaung, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Ms Glow (Studi Pada Konsumen Ms Glow Aesthetic Clinic Medan). *JOSR: Journal of Social Research Juli, Vol 1 No 8*, 908–915.

- Sofyan, C., Sepang, J. L., & Loindong, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Wht's Up Cafe Manado. *Jurnal EMBA: . Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 4230–4240.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(2), 113–123., Volume 9 Nomor 2, 113–123.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, Issue 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Tito, Puteri, A. C., & Gabriella, C. (2019). Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, Vol. 11(No.1), 98–114.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. ANDI.