

DAFTAR PUSTAKA

- Aqil Aulia Wafda Amin. (2022). Analisis Social Media Marketing dalam Membentuk Brand Loyalty Sepatu Lokal di Masa Pandemi Covid-19. *Persepsi: Communication Journal*. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v5i1.9297>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Prpduk dan Kualitas Pelayanan (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Darno, & Sri, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan PEelanggan Pengguna TOKOPEDIA di Jakarta Timur. *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen* , 3(1).
- Dimensi, A., Diri, K., Minat Berwirausaha, T., & Trihudiyatmanto, M. (2023). Analisis Dimensi Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ Jawa Tengah di Wonosobo Tahun 2019). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(1).
- Djoko Sulistiyo, T., Fitriana, R., & Lee, C. (2020). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image *The Bunker Café*, Tangerang (*The Influence of Instagram Social Media Marketing on The Brand Image of The Bunker Café*, Tangerang) (Vol. 21, Issue 2).
- Fansianus, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Eiger Adventure *Flagsh Store Mer* Surabaya.
- Ghozali. (2018). Aolikasi Analisis *Multivariare* dengan Program *IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadita, & Ali, H. (2022). Determinasi Citra Merel Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Hadita, F. S. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. <http://report.licorice.pink/blog/mini-survey/indonesian-preferrice-than-anything->
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita. (2022). Determenasi Cita Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisi Harga dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Lin Listyana Dewi, K., Nyoman Yulianthini, N., & Luh Wayan Sayang Telagawathi, N. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Penggunaan BPJS Kesehatan di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(2).
- Indirasari, C. ,Setyoparwati. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (TRUST) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-COMMERCE di Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA* (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 3(3).

- Kasinem. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat.
- Kusuma, B. A., Primadani, B., & Putri, S. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity. 7(1).
- Lokananta, S. R., & Aquinia, A. (2023). YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Social Media Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Nasmoco Kaligawe Kota Semarang). In *YUME : Journal of Management* (Vol. 6, Issue 2).
- Mahendra, K. P., Ratih, D., Program, I., Bisnis, M., Manajemen, S., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV MITRA PERKASA UTOMO (Vol. 7, Issue 1).
- Mulyansyah, G. T. (2021). Pengaruh digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Ni Nyoman, Y. (2019). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Dempasar. 7(1).
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023a). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sesiak Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* | (Vol. 3).
- Selvy, N., Srikandi, K., & Andriani, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyaitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2).
- Shakilla Dinata, B., Ekuitas Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pembeli Pada Sinar Multi Proteksindo, P. P., & Purnama Sari, E. (2023). The Effect of Brand Equity and Product Quality on Buyer Satisfaction at PT. Sinar Multi Proteksindo. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(2).
- Sterie, W. G., Massie, J. D. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 3139–3148.
- Suci Andriani, W. (2023). Pengaruh Dana BPUM, Human Capital, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Malang) (Vol. 4, Issue 2).
- Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai Pemeditasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 3, Issue 3). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kuanlitatif R&D Bandung: Alfabeta.*

Unisma, F. E., Tegar, O. :, Huda, A., Abs, K., Widarko, A., Manajemen, P., Bisnis, D., & Ekonomi, F. (2020). *e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Pengaruh Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Situs Belanja Online Lazada (Studi kasus pada konsumen Mahasiswa Universitas Islam Malang).* www.fe.unisma.ac.id

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>

Utomo, J., Nursyamsi, J., & Sukarno, A. (2023). *Analisis Pengaruh Produk, Promosi dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening* (Vol. 2, Issue 1).

