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 Metedologi 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. INOBIS: 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 oprations. 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 kepuasaan 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.

SEMARANG
FEB UNDIP