

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. E. , M. M. David Harianto dan Dr. Hartono Subagio, “ANALISA PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BRAND IMAGE, DAN ATMOSFER TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING KONSUMEN KEDAI DEJA- VU SURABAYA”.
- [2] M. Kurniawan and S. K. Hildayanti, “Analisis citra merek, harga, pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan konsumen di kota Palembang (studi kasus konsumen grab),” *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, vol. 4, no. 2, pp. 86–102, 2019.
- [3] Kotler dan Keller, “definisi KP Platform_Digital_Harga_Kualitas_Pelayana,” p. 15, 2019.
- [4] A. Hendrawan, H. Sucahyowati, K. Cahyandi, A. Rayendra, and A. Maritim Nusantara, “PENGARUH MARKETING DIGITAL TERHADAP KINERJA PENJUALAN PRODUK UMKM ASTI GAURI DI KECAMATAN BANTARSARI CILACAP Program Doktor Ilmu Manajemen UNSOED,” 2019.
- [5] S. Sri Zuliana, “KOMUNIKASI PEMASARAN AKUN INSTAGRAM@TEMBILAHAN. KULINER SEBAGAI MEDIA PAID PROMOTE UMKM DI KOTA TEMBILAHAN,” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023.
- [6] D. Fatihudin and A. Firmansyah, *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish, 2019.
- [7] H. M. Y. Saleh and S. E. Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*, vol. 1. Sah Media, 2019.
- [8] M. Mardiah *et al.*, *Strategi pemasaran*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- [9] G. Chakti, *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*, vol. 1. Celebes Media Perkasa, 2019.
- [10] M. Iqbal, “Implementasi Digital Marketing dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah dan Wisata Muslim pada PT Azza Barokah Madinah Jakarta Timur di masa COVID-19,” Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif~, ..., 2021.
- [11] Biko Yumna, “Analisis pengaruh persepsi harga dan Digital promotion terhadap keputusan pembelian konsumen pada masa pandemi covid-19 di Auto2000 Tebet Soepomo,” 2022.
- [12] S. Salimun and S. Sugiyanto, “Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan

- Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Begal (Bebek Galak),” in *Dalam Jurnal Prosiding Seminar Nasional HUMANIS*, 2019.
- [13] D. E. Putri *et al.*, *Brand Marketing*. Penerbit Widina, 2021.
- [14] M. A. Firmansyah and others, *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media, 2019.
- [15] R. Renaldi and A. P. Arnu, “Peranan Promosi Penjualan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Gen Z Memilih Menggunakan OVO,” *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, vol. 5, no. 2, pp. 131–145, 2022.
- [16] Indrasari, “faktor kepuasan konsumen PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN,” 2019.
- [17] Adhari, “KEPUASAN_PELANGGAN_PENCAPAIAN_BRAND_TRUS,” 2021.
- [18] J. Sarwono and U. Narimawati, “Membuat skripsi, tesis, dan disertasi dengan partial least square sem (pls-sem),” *Yogyakarta: Andi*, 2015.
- [19] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Bandung: C.V Alfabeta, 2018.
- [20] Jogiyanto, *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2020.
- [21] M. Z. Alam, “An investigation on the use of digital marketing towards the customer satisfaction and brand loyalty of hotels/ restaurants sector in Saudi Arabia,” *International Journal of Data and Network Science*, vol. 7, no. 4, pp. 1493–1504, 2023, doi: 10.5267/j.ijdns.2023.8.013.
- [22] I. Gstngr, A. W. Diputra, and N. N. Yasa, “PP 25-34 *Corresponding Author: I GstNgr Arya WigunaMaha Diputra,” 2021.
- [23] Santoso, “Konsep_Dasar_Dan_Aplikasi_SEM_Dengan_Amo,” p. 9, 2014.
- [24] L. Menara, S. Saragih, P. Studi, and E. Syariah, “ANALISIS DIMENSI CARTER TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENINGKATKAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI,” 2021.
- [25] I. Ghozali and H. Latan, “Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris,” *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*, 2015.
- [26] I. Ghozali and H. Latan, *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019.
- [27] D. Purwiyanto and F. A. Purwanto, “Brand Awareness Pemeditasi Pengaruh Internet Marketing terhadap Keputusan Pembelian Didik Purwiyanto,” 2020.