

## DAFTAR PUSTAKA

- A, R. J., & Haanurat, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia*. 7, 201–206.
- Arbiansyah, V., Lukiana, N., & Iswanto, J. (2020). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen STIE Widya *Journal of Organization and Business Management*, 2, 260–265. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/298>
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2015). Analisis pengaruh bid- ask spread, market value, risk of return dan earning per share. *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang*, 3, 103–111.
- Baturetno, B., Priwastyani, T., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2022). *Insight Management Journal*. 3(1), 11–21.
- Dian, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Komunikasi, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pt. Extrupack Bekasi Barat. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 3, 1–25. [http://repository.stei.ac.id/1653/4/BAB 3.pdf](http://repository.stei.ac.id/1653/4/BAB%203.pdf)
- Dr. Vladimir, V. F. (2017). Uji Instrumen. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Efendi, N., Ginting, S. O., & Halim, J. (2020). *Citra Merek , Kualitas Produk , Promosi , Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen*. 11(2).
- Faishol, & Achmad. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Distro Truelofty Di Lumajang. *Institutional Repository Stie Widya Gama Lumajang*, 8–9.
- Fitria. (2013). Sugiyono, 2017:60. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fitrotin, H., Muttaqien, F., & Fauziah, A. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Menak Koncar Lumajang. *Journal Of Organization and Business Management*, 3(1), 37–41.
- Harga, A., Kualitas, D. A. N., & Terhadap, P. (2015). *Analisis harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel manado grace inn*. 3(1), 1313–1322.
- Harga, P. P., Kualitas, D. A. N., Terhadap, P., & Dan, K. (2018). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Aplikasi penyedia jasa transportasi berbasis online mengalami persaingan yang sangat ketat demi mendapatkan keuntungan yang besar terjadi di Kota Denpasar . Beroperasi tiga aplikasi penyed.* 7(11), 5955–5982.

- Henri. (2018). Defini Persepsi Konsumen. *Kredibilitas Mengacu Pada Pengertian Bahwa Sumber Informasi Bisa Dipercaya Dan Memiliki Keahlian Yang Memadai Untuk Menyampaikan Pesan. Sumber Yang Memiliki Kredibilitas Tinggi Akan Meningkatkan Penerimaan Pesan (Lafferty & Goldsmith, 1999)*, 12–33.
- Ii, B. A. B. (2017). *Bab ii kajian pustaka 2.1. 2016*, 7–37.
- Iii, B. A. B. (2017). *Sugiono, 2017. X*, 1–11.
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2017). *No Title. 1*, 38–48.
- Izzaty, Eka, R., Astuti, Budi, Cholimah, & Nur. (2020). Pengertian Kerangka Konseptual. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Konsumen, T. K. (n.d.). *ISSN : 1963-6590 ( Print ) ISSN : 2442-2630 ( Online )*.
- Kriswandi, D. A., Pertanian, F., Kristen, U., Wacana, S., & Tengah, J. (2021). *Persepsi Konsumen dan Keinginan Membeli Susu Murni Pada Masa Pandemi Covid-19 ( Studi Kasus Produk Susu Murni Bantal Cv . Cita Nasional )*. 9(1), 249–260.
- Kusumawati, N. A. (2021). “*Pengaruh importance location, store atmosphere, dan promotion terhadap keputusan pembelian pakaian di distro divine cloth ponorogo*” (*Studi Kasus pada Pelanggan Distro Divine Cloth Ponorogo*). 4(1), 1–23.
- Laksana. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Maulana, M. F., Nawangsih, & Sulistyan, R. B. (2019). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 78–88.
- NS Ramadhini. (2022). *BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. E-Commerce 2.1.1.1. Pengertian E-Commerce.* 10–23. [http://repository.stei.ac.id/7345/3/%28BAB 2%29.pdf](http://repository.stei.ac.id/7345/3/%28BAB%2029.pdf)
- Oktaviana, Yuli, Drs Noch, and A. K. M. A. (2018). Pengaruh informasi akuntansi diferensial terhadap keputusan alternatif dan dampaknya terhadap perencanaan laba (studi kasus pada salah satu industri keramik naungan UPTD Litbang Keramik Plered). Diss. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung. *METODE PENELITIAN ILMIAH*, 84, 487–492. <http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>
- Pelanggan, K., & Satisfaction, C. (2019). Potensi Transaksi E-commerce di Indonesia. *Pengaruh Persepsi Pelanggan Terkait Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E- Commerce*, 2, 156–162.
- Pembelian, K., Di, O., & Pandemi, M. (2020). *Novan Yurindera : “ Pengaruh*

- Persepsi dan Sikap Terhadap Motivasi Serta Dampaknya pada* 310. 23(3), 309–320.
- Petra, U. K. (2010). *Spy* ". 3.1.1. 31–34.
- Sari, R. M. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian sabun cair merek LUX (Studi Kasus pada Warga Kelurahan Semper Timur Jakarta Utara). *Maulya Alfika*, 2004, 6–25. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/7248>
- Sekolah, D., Ilmu, T., & Musi, E. (2016). *Pengaruh Promosi ( Ronal Aprianto)*. 02(01), 41–63.
- Shiddiq, F. W. (2019). Pengaruh Kompetisi Sumber Daya Manusia Dan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Daerah (Survei pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Kota Bandung). *Skripsi*, i, 28.
- Sodik, Nawangsih, & Lukiana. (2019). Pengaruh Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Alam Puncak B29 Kabupaten Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 1(4), 48–51.
- STEI INDONESIA. (2017). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Sugiyono. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 2016, 32–41.
- Sungai, D. I., & Banyuasin, L. (n.d.). *Sikap dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian online*. 164–174.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020).. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.
- Sutiani, L. (2022). *Top 10 Brand Serum Wajah Terlaris 2022 di E-commerce: Scarlett diduduki peringkat 1*. Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/serum-wajah-terlaris-2022/>
- Tanoto, J., & Goh, Thomas Sumarsan, E. M. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Produk PT. Sumber lautan Rezeki Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 7(1), 1–9.
- Taroreh, O., Jorie, R. J., Pengaruh, R. W., Persepsi, P., Dan, K., Terhadap, K., & Wenas, R. (n.d.). *Pengaruh persepsi konsumen dan ... Pengaruh persepsi konsumen dan kepercayaan terhadap penggunaan jasa asuransi pada asuransi jasindo MANADO*. 3(3), 312–321.
- Wahana, V., Siregar, R. T., Harahap, K., Putri, D. E., Manajemen, P. S., Pematangsiantar, K., Utara, S., Pelanggan, K., & Pelanggan, L. (2019). *Maker : Jurnal Manajemen pengaruh persepsi pelanggan terhadap loyalitas*. 5, 97–109.
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik

Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61–80.

Yulianto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–172. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/244>

