

DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar, J., Abidin, M., dan Isa, Y. (2015). *Membangun Citra Perusahaan* (8th ed.). Jakarta: Gagas Bisnis.
- Among Praja, A. K., Ruswanti, E. dan Hapsari, N. P. (2016). The six dimensions service of quality on loyalty mediated student satisfaction Batavia University. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14(12), 8753–8766.
- Arslan, M. and Zaman, R. (2014). Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan. *4*(22), 2225–2484.
- Bastian, A., Sugito, S., Hati Wau, K., Nastiti, W. and Sutismawati Sirait, L. (2019). The Influence of Advertising Stars, Brand Image, and Brand Awareness on The Intention to Buy Honda Vario Motorcycles in Pasuruan. *Sinergi : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 9(1), 43–50.
- Cravens, D. W. (2017). *Pemasaran Strategis* (4th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Darmawan, M. D. (2018). The Effect of Price , Product Quality , Promotion , Social Factor , Brand Image on Purchase Decision Process of Loop Product on Youth Segment (Case Study of Pt Telekomunikasi Selular). 294–309.
- Delima, A., Ashary, H. M. and Usman, O. (2019). Influence of Service Quality, Product Quality, Price, Brand Image, and Promotion to Consumer Satisfaction Affecting on Consumer Loyalty (Online Shop). *SSRN Electronic Journal*, 1–15. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3308707>
- Denniswara, E. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Intensi Membeli Ulang Produk My Idea. *Strategi Segmentasi Pasar dan Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan*, 1(10).
- Endro, A. dan Achmad, F. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan. *Mix*, 5(1), 124–143.
- Futrell, C. (2017). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th, ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Gulo, J., Harlen, T., Raja, L., Silaen, K., Tinggi, S., Ekonomi, I. and Utara, S. (2019). Influence of Quality Service and Promotion on Purchase Decisions on Indomaret Beringin Tembung. *3*(6), 1–8.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah*

Manajemen Dan Bisnis,18(1), 61–72.

- Haria, T. T., & Mulyandi, M. R. (2019). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Pengguna Aplikasi Mobile.6(1), 135–140. <https://doi.org/10.33510/slki.2019.135-140>.
- Hartono, J. (2016). Bab 2 landasan teori. Aplikasi Dan Analisis Literatur Fasilkom UI, 4–25.
- Hasiholan, L. B. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Gaya Hidup Modern Terhadap Keputusan Untuk Berlangganan Internet Tv Kabel Mnc Play (Studi Kasus Pada Pt. Mnc Kabel Mediacom Semarang), 1–13.
- Hessy, V. dan Khasanah, I. (2015). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa.*Jurnal Manajemen*,4(1), 1–10.
- Hidayah, S. A. dan Apriliani, R. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *1(1)*, 24–31.
- Hidayah, U. N. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan,53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Isaac Oladepo, O. dan Samuel Abimbola, O. (2014). Buku Pemasaran Produk. Yudistira, *1(4)*, 97–109.
- Kafabih, A. dan Mukti, A. H. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sim Card Telkomsel, Indosat Ooredoo dan Hutchison 3 Indonesia di Wilayah Jakarta Timur.*Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, dan UMKM*, *1(2)*, 8–18.
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, B. P. (2018). Pengaruh Service Quality dan Online Service-scape Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image (Studi kasus pada Mahasiswa FISIP Undip Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek). 1–9.
- Kurniawan, M. dan Hildayanti, S. K. (2019). Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab).*Jurnal Ecoment Global*,4(2).
- Lasander, C.(2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen..*Jurnal Promosi*. *1(3)*, 284–293.
- Li, C. and Li, H. (2019). A Study of Sales Promotion, Brand Image and Perceived

- Value on Purchase Intention—A Case Study of Large-scale Stores. *DES tech Transactions on Social Science, Education and Human Science*, (ermis), 1988–1991. <https://doi.org/10.12783/dtssehs/ermis2019/29904>
- Limpo, L., Rahim, A. and Hamzah, H. (2018). Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion*, 1(1), 9–22.
- Oliver, J. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Pada Niat Beli Ulang Uji E-Satisfaction Sebagai Variabel Pemediasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO97811074153>
- Prasetyani, I. W., Waluyo, H. D. dan Budiarmo, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat di PT. Nusantara Sakti Semarang. Universitas Diponegoro.
- Priyono, E., Haryono, A. T. dan Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Strategi Promosi, Atribut Produk, Harga Terhadap Minat Berkunjung Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Studi Empiris pada Pameran Computer di Javamall Semarang). *Journal of Management*, 2(2), 110.
- Ramadhan, A. G. dan Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12.
- Rangkuti, F. (2017). *Strategi Promosi yang Kreatif* (2nd ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ruswanti, E. (2012). Pengaruh Service Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Widya*.
- Ruswanti, E. (2015). *Panduan Penulisan Laporan Ilmiah : Atensi, Kredibilitas Perusahaan, Iklan Dua Sisi Terhadap Niat Beli Jasa Penerbangan Elang Air*. Yogyakarta: Andi Publisher. ISBN: 978-97-29-5420-3.
- Ruswanti, E., Hapsari, N. P., Januarko, M. U. dan Kusumawati, M. D. (2019). Analysis Advertising, Sales Promotion, Personal Selling and Direct Selling on Purchase Intention Vegetables in Retail West Jakarta. *International Conference of Organizational Innovation (ICOI 2019)*, 100(1), 657–662. <https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.115>
- Sriyanto, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan pembelian Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 163–175.

- Stanton, W. J. (2017). *Prinsip Pemasaran* (7th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2018). *Service Quality & Satisfaction* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Publisher.
- Trisnawati, E., Assegaff, S. dan Rohaini, E. (2019). Pengaruh Perceived Ease Of Use , Perceive Usefulness , Service Quality , Perceived Value Terhadap Customer Saticfaction Pada Pengguna Grab (Studi Kasus Mahasiswa STIKOM DB Jambi). 82–96.
- Trisnawati, O. M., & Fahmi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 174–184.
- Wibowo, S. E., Ruswanti, E. dan Januarko, M. U. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi*, 4(1), 56-64.
- Wicaksono, P. U. dan Mudiantono. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi terhadap Citra Merek dan Minat Beli serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Axiata Di Semarang. *Issn 2337-3792*, 6(2), 1–11.

Internet

- <https://nextren.grid.id/read/011833462/hasil-riset-iprice-dompet-digital-lokal-paling-banyak-dipakai-di-indonesia?page=all> diakses pada tanggal 3 Oktober 2019
- <https://www.boc.web.id/statistik-pengguna-digital-dan-internet-indonesia-2019/> pada tanggal 4 Oktober 2019
- https://www.surveymonkey.com/analyze/BjvfW0b_2F0NBmu5hhqhp7Ws_2BCu_d5bmIIU92456XTVI9fqunyFNXYsbs8baBcxbE?ut_source=my_surveys_list diakses pada tanggal 9 Oktober 2019
- <https://dailysocial.id/post/perkembangan-mobile-payment-indonesia/> diakses pada tanggal 6 Oktober 2019
- <https://tu.laporanpenelitian.com/2014/11/21.html> diakses pada tanggal 8 Oktober 2019
- <https://forlap.ristekdikti.go.id/prodi/detail/NzJEMzIOQkMtRTI4Ri00RjgyLThEMUMtRTZENEQ2MjdCMUIw> diakses pada tanggal 14 November 2019
- https://www.researchgate.net/publication/313397709_The_six_dimensions_servic

[e of quality on loyalty mediated student satisfaction Batavia University](#)
diakses pada tanggal 19 Januari 2020

<https://www.atlantis-pess.com/proceedings/icoi-19/125919393> diakses pada
tanggal 19 Januari 2020

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul