

DAFTAR PUSTAKA

- Auraningtyas, S., 2012. Pengaruh Computer Self Efficacy, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Penggunaan Studi Kasus pada Karyawan Bagian Keuangan RSUP Dr. Soeredji Tirtonegoro Klaten. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Belch, George E, Michael A Belch. (2009). Advertising and Promotion, edisi 8, New York : Mc Graw-hill/Irwin.
- Cleary, M. (2019). Pengaruh daya tarik promosi, persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan harga terhadap minat beli Toll Card Bank Mandiri. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Chaudhuri, Arjun and Holbrook, Morris B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *The Journal of Marketing*, 65 (2), 81-93.
- Costable, Michele. 2003. A Dynamic model of Customer Loyalty, Paper
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan I). Bandung: Satu Nusa.
- Edyansyah, T. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Merek Oleh Konsumen Pada Produk Kosmetik Oriflame Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 9(1), 55–72.
- Fitur, K., Minat, T., Nasabah, U., & Dalam, B. (2012). *pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking*. 9.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB dan SPSS 21. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IMB SPSS 21*. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Gitosudarmo, Indriyo. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Guna, P. D., & Kepercayaan, P. (2018). Persepsi manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan E-Money pada Bank BRI lamongan. *III*(2), 699–711.
- Hadi, Z. J. dan M. (2018). Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Di Spencer Salon. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 171–176.
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Person Prentice Hall.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. The Guilford Press.
- I.heryanto. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101. <https://doi.org/2443-2121>
- Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta

- implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101. <http://doi.org/2443-2121>
- Jogiyanto, (2009). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- JR, J. F. H., Black, W. C., J.Babin, B., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh ed). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, A. (2013). Lokasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan. In *Jurnal EMBAAA A*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2004, *Principles Of Marketing*. (10thEd). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kotler dan Amstrong. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I. In *Erlangga*.
- Kotler, & Keller. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya. *Ilmu & Riset Manajemen*
- Kustini, dkk., (2011), “Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product”, *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*. 14, (1), 19-28.
- Lai, P. (2017). *The literature review of technology adoption models and theories for the novelty technology*. *Journal of Information Systems and Technology Management*. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752017000100002>
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa teori dan Praktik*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Natalia, P. dan Mulyana. M (2014). Pengaruh Periklanan dan Promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan vol.2 no.02. *jurnal ilmiah Manajemen kesatuan*. Hal: 119-128 ISSN 2337-7860.
- Priyono, V. F., Waluyo, H. D., Bisnis, A., & Diponegoro, U. (n.d.). Terhadap keputusan penggunaan jasa *clean your shoes* Perusahaan jasa seperti *Clean Your Shoes ini harus merancang strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan , banyak hal yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa . perilaku konsumen .*
- Rangkuti, Freddy. (2009). *strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. pt gramedia pustaka utama.
- Riduwan. (2013). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta.
- Rondonuwu, Marshel. 2013. Tingkat Pendidikan, Motivasi dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Nasabah Priority Banking Bank Sulut. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3, Juni: 257-264.
- Safitasari, C., Maftukhah, I., & Artikel, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(3), 310–319. <https://doi.org/10.15294/maj.v6i3.17500>
- Sandjojo, Nidjo. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*.

Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B* (Cetakan ke). CV. ALFABETA.

Sugiyono, P. D. (2014b). Populasi dan sampel. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Stanton, William, J. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jilid Ketujuh. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Supardi. (2013). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian Konsep Statistika yang lebih Komperhensif*. Jakarta: Change Publication.

Tjiptono, Fandy. 2008. *"Strategi pemasaran"* Salemba satu, Yogyakarta.

Winardi. (2013). *Pengantar Manajemen Penjualan*. Penerbit PT. Citra Aditya Bakti. Bandung.