

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., Septiani, I. N., & Masita, T. E. (2021). Pengaruh Servicescape, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Larissa Aesthetic Center Cabang Purwokerto. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 460–463.
- Afiyana, D., & Praswati, A. N. (2024). Pengaruh Product Diversity Terhadap Loyalitas Konsumen Skincare Online. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 951–961.
- Crismon, E., & Andy, A. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Roti Viva Bakery, Total Persada-Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 266–277.
- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). *Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang)*.
- Dimas Pratama, W. (2023). *PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA FITCORE GYM TANJUNGPINANG. SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG*.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Herlian, D. R. (2024). *Hubungan Antara Kepercayaan Konsumen Dengan*

Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Informatika Universitas Mikroskil.

Irfana, M. S. (2025). Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Skintific Di Kota Surabaya. *Syntax Idea*, 7(3), 448–455.

Kennis, V., & Octavia, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pt Bank Pembangunan Daerah Jambi Kcp Pelayung. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(01), 137–151.

Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal Of Management*, 5(1), 348–358.

Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953–964.

Margiyatni, R., & Indriyani, S. N. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Paperclip. *Jurnal Ekonomi Dan Industri E-ISSN*, 2656, 3169.

Musnaini, S., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. CV. Pena Persada.

Notoadmojo. (2019). *Prosedur Penelitian Praktis*. Bina Aksara.

- Pontoh, S. H. M., Bempah, I., & Saleh, Y. (2023). Strategi Pemasaran Produk Sambal Sagela Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada IKM Bilal Mekar Snack (IKM-BMS) Di Kelurahan Bulotada'a Kota Gorontalo. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 7(2), 101–109.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera (Anggota IKAPI–No. 211/JTI/2019).
- Rozi, I. A., & Khuzaini, K. (2021). PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Satria, R., & Hasmawaty, A. R. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Penjualan Produk Kartuas Telkomsel Cabang Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 160–171.
- Setiyanto, A. (2024). *MODEL PENINGKATAN MINAT BELI MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DAN HARGA*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71.
- Sugiyono. (2020). *Statistik Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta.
- Sumadi, S., Sriwalyoto, S., Haniin, U., & Husada, I. H. R. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Griya Batik Asri Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*,

10(1), 1038–1044.

Syahputra, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Berbasis Digital Pada Media Sosial Facebook Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Produk Indihome Di Plaza Telkom Lembong Kota Bandung Tahun 2019). *Eproceedings Of Applied Science*, 5(3).

Wahyuni, C., Siregar, Z. M. E., & Rambe, B. H. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Secara Online Di Kalangan Mahasiswa Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Universitas Labuhanbatu). *JOEL: Journal Of Educational And Language Research*, 1(11), 1669–1676.

Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Artikel*, 8(2), 10–20.

Wijayanthi, N. P. P. A., & Goca, I. G. P. A. W. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Repurchase Intention Di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 102–116.