

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian B. (2021). *Mengemukakan Faktor-Faktor Terbentuknya Citra Merek*. 9–32.
- Andi Syamsul, A. N. (2018). *ADOPSI INOVASI TEKNOLOGI DALAM E-GOVERNMENT (Studi Kasus: Pemerintah Daerah Kabupaten Sidenreng Rappang)*. 1, 8–28.
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2020). Persepsi Inovasi teknologi dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Minat Beli Produk Punkpink's Secara Online. *Persepsi Inovasi teknologi Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Minat Beli Produk Punkpink's Secara Online*, 3, 11–30.
- Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). *Pengaruh Inovasi teknologi Pemasaran Dan Brand image Terhadap Minat beli Konsumen (studi pada Villa Triviona di PT. Aek Nauli Medan)*. 10–33.
- Febriansyah, K. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.*, 28–29. <http://repository.iainkudus.ac.id/3523/5/5>.
- Fitriani, R., & Sugiyono, S. (2018). Perilaku Peduli Lingkungan Pada Siswa Kelas X Sma Muhammadiyah 1 Yogyakarta. *Journal of Culinary Education and Technology*, 7(2).
- Iswanto, B., Yacob, S., & Erida. (2011). Analisis Persepsi Konsumen Pengguna Jasa Medis Non kejiwaan Rumah Sakit Jiwa Daerah Jambi. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1), 1–5. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>

- Kotler, P. (2000). *Pengaruh kualitas pelayanan (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen wijsoen coffee container jalan uler kambang ponogoro*. 10–37. <http://eprints.umpo.ac.id/4084/3>
- Lailah, F. A., & Soehari, T. D. (2020). the Effect of Innovation, Information Technology, and Entrepreneurial Orientation on Business Performance. *Akademika*, 9(02), 161–176. <https://doi.org/10.34005/akademika.v9i02.914>
- Mahkota, A. (2014). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 8(2), 79967.
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2016). Pengaruh Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2654>
- RAHMADANI, C. A. (2019). *Pengaruh Brand Image Service Quality dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Nasabah BANK BRI Yogyakarta*. 34.
- RI, M. K. (2019). No TitleEΛENH. *Ayan*, 8(5), 55.
- Ruhamak, M. D., & Syai'dah, E. H. (2018). Pengaruh word of mouth, minat konsumen dan brand image terhadap keputusan konsumen (studi pada pelajar lembaga kursus di area Kampung Inggris Pare Kediri). *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(2), 14.

- sanusi anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis, Salemba Empat, sanusi anwar.*
(2011). *Metode Penelitian Bisnis, Salemba Empat, Jakarta.Jakarta.* 6–19.
- Simamora, B. (2009). *Pengaruh brand image dan kepuasan terhadap minat beli.*
8–28.
- Subianto, T. (2007). Jurnal Ekonomi MODERNISASI IMPLIKASINYA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Totok Subianto. *Jurnal Ekonomi
MODERNISASI, 3*, 165–182.
- Sugiyono (2018). *Manajemen riset penelitian.* Jakarta : Rineka Cipta
- Ulfa, R., Setyadi, D., & Nahar, M. (2021). Pengaruh Inovasi Proses, Inovasi
Produk, dan Teknologi Terhadap Kinerja Operasional Pada PT Pagilaran UP
Pagilaran Batang, Jawa Tengah. *Indicators : Journal of Economic and
Business, 3*(1), 434–444. <https://doi.org/10.47729/indicators.v3i1.83>
- William, S. J. (2021). Pengertian Pemasaran menurut para ahli. *Ilmu Ekonomi ID,*
1. *Jurnal ekonomi manajemen.*