

DAFTAR REFERENSI

- Adnan, & Abubakar, R. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Jummaini & Ellyana (eds.)). CV. Sefa Bumi Persada.
- Adolph, R. (2016). *pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan*. 1–23.
- Adriyanto, A. T., & Fauzi, M. F. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Counter Handphone. *Solusi*, 21(3), 251. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i3.7049>
- Amanatus Solikhah, S., Crusma Fradani, A., & Indriani, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Toko Shaga Collection. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 122–134. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i03.473>
- Anggraeni, & Irviani. (2019). pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://kbbi.web.id/preferensi.html>Diakses
- Awosoji, A. A. (2021). Digital Marketing Effect on Customer Satisfaction: A Cross Sectoral Study in Nigeria. *Jurnal Manajemen*, 23(9), 32–37. <https://doi.org/10.9790/487X-2309053237>
- Bougie, R., & Uma, S. (2010). *Research Methods For Business* (Fifth). John Wiley and sons Ltd.
- Cornellya, V. W., Hudzafidah, K., Aprillia, T., Haidaputri, N., Ekonomi, F., Marga, U. P., Management, C. R., Relationship, C., Management, C. R., & Management, C. R. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Customer Relationship Management, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kentucky Fried Chicken (KFC) Kota Probolinggo*.
- Cut Imran. (2021). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 24–36. <http://repository.stei.ac.id/>
- Deali, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Lius Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Stie*, 1–12.
- Delvi, O., & Musfiroh, M. F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada BRI Syariah KCP Weleri. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan ...*, 1, 60–70. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/view/2323>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumenposkopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e->

journal.id/JIP/article/view/684/585

- Fadli, N. A., Purwati, & Badri, M. (2024). *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi , Manajemen dan Bisnis Service Quality and Perceived Benefits of Customer Satisfaction*. 4(1), 1–9.
- Frendes, F. M., & Subandrio, S. (2023). Pengaruh Digitalmarketing Dan Perceivedquality Terhadap Kepuasan Pelanggan Barbershop Yanto Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2), 402–418. <https://doi.org/10.36085/jems.v4i2.5522>
- Gay, L. R., & Diehl, P. L. (1992). *Research Methods For Business and Management*. New York : Macmillan.
- Ghozali, (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. *Jurnal Metode Penelitian*, 15(2), 1–23.
- Goel, R., Sahai, S., Krishnan, C., Singh, G., Bajpai, C., & Malik, P. (2017). An empirical study to enquire the effectiveness of digital marketing in the challenging age with reference to indian economy. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 25(4), 1569–1584.
- Hadi, M. M. (2017). *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ahass Ud. Siyata Servis Sepeda Motor Di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu*. 10–10.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hidayah, N., Andriyati, S., Rismayani, V., & Victoria, V. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan,ketersediaan fitur layanan terhadap loyalitas nasabah penggunaan bsi mobile. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 139–159.
- Ibrahim Hadid, K., Kim Soon, N., & Abusalah Elmabrok Amreeghah, A. (2020). The Effect of Digital Banking Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study on the Malaysian Banks. *Asian Journal of Applied Science and Technology*, 4(1), 6–29. www.ajast.net
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Relasi : Jurnal*

- Ekonomi*, 17(2), 413–434. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Irawan, H. (2004). Faktor-faktor mendorong Kepuasan Pelanggan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 7–8.
- Irwan. (2016). Dimensi Kepuasan Pelanggan. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, 190–191.
- Kasmir. (2019). *Etika Service*. 20–37.
- Kotler & Keller. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, XX(Xx), 1–5.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., & Malik, N. (2021). Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Kelompok Milenial. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05(01), 23–30.
- Maulana, A., Saputra, P. A., Dr. Usman, O., & Syts, M. B. (2023). *The Impact Of Digitalization On Credibility And Satisfaction Of Qris Users*. 89–112.
- Mulyani, S. R. (2021). Metodologi Penelitian. In U. Taufik (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (1st ed., Vol. 11, Issue 1). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Mwiya, B., Katai, M., Bwalya, J., Kayekesi, M., Kaonga, S., Kasanda, E., Munyonzwe, C., Kaulungombe, B., Sakala, E., Muyenga, A., & Mwenya, D. (2022). Examining the effects of electronic service quality on online banking customer satisfaction: Evidence from Zambia. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2143017>
- Ndruru, H. O., Dakhi, Y., & Buulolo, P. (2016). *Pengaruh Lokasi Usaha dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD. Suang Di Kecamatan Lahusa Kabupaten Nias Selatan*. 1–23.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- Nurchahyo, Firmanda, & Lukiastuti. (2017). *Pengaruh Digital Marketing, E-Channel, dan Brand Image terhadap Kepuasan Nasabah*. 9–28.
- Nuseir, M. T., El Refae, G. A., & Aljumah, A. (2024). The impact of digital marketing strategies on customer satisfaction and organisational performance: exploring the moderating role of entrepreneurial intention. *International*

- Journal of Economics and Business Research*, 28(6), 56–74.
<https://doi.org/10.1504/IJEBR.2024.10067353>
- Oktavia, E. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Brand Image Dan Influencer Marketing Pada Keputusan Pembelian Online. *Doctoral Dissertation, STIE Malangkececwara*, 1(69), 5–24. [http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1059%0Ahttp://repository.stie-mce.ac.id/1059/3/BAB II TINJAUAN PUSTAKA.pdf](http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1059%0Ahttp://repository.stie-mce.ac.id/1059/3/BAB%20II%20TINJAUAN%20PUSTAKA.pdf)
- Parasuraman, A. (2014). *The Behaviorial Consequenses Of Service Quality*. New Jersey: Prentince Hall.
- Pitrianasary, P. V., Susanty, S., & Athar, M. I. (2024). 3 1,2,3. 4(1), 2020–2025.
- Rahmi, H., & Harahap, K. (2023). The Influence Of Service Quality, Trust And Customer Satisfaction On Maxim's Customer Loyalty In Medan City. *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, 3(02), 36–45.
<https://doi.org/10.58471/jecombi.v3i02.44>
- Rambe M. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New V-ixion di Percut Sei Tuan*. 9–28.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Sari, A. J., & Fasa, M. I. (2024). *PEMASARAN DIGITAL TERHADAP MOBILE BANKING SYARIAH DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI ERA MODERN*.
- Sha'bani, D., Agustina, T., & Bukhori, M. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Amanah Bangil. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.32815/jiram.v1i1.1>
- Silviana. (2013). Pengaruh Digital Marketing terhadap tingkat penjualan melalui sosial media (Studi kasus dikecamatan Bone-Bone). *Integration of Climate Protection and Cultural Heritage: Aspects in Policy and Development Plans. Free and Hanseatic City of Hamburg*, 26(4), 1–37.
- Singh, R. P. (2024). *The Impact of E-Banking Service Quality on E-Banking Satisfaction and E-Banking Loyalty*. 16(1), 150–167.
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 19–32. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jrbm/article/view/7525>
- Stefani, F. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

- (Studi pada pelanggan Carrefour Plaza Ambarukmo Yogyakarta). *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 53(9), 1689–1699.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 128.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Esensi & aplikasi*. Yogyakarta Andi 2016.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. C.V Andi Offset.
- Tommy, M., Putera, F., & Mulawarman, U. (2024). *KAJIAN LITERATUR ATAS LAYANAN DIGITAL MARKETING BERBASIS MOBILE APPS DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP TINGKAT* Keywords : *Customer Loyalty , Customer Satisfaction , Descriptive , Digital Marketing , e- Service Quality* Corresponding Author : Rediyono ; rediyo. 21(1), 95–110.
- Wahyudi, W. (2022). Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Informasi Penjualan Tiket Konser Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (Eucs) Pada Website Motikdong.Com. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(4), 73. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i4.1989>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2019). Digital Marketing. In N. A. Fransiska (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Eduilitera. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484 _SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Widodo, A. N. (2020). *Pengaruh Stres Kerja & Kompensasi terhadap Organizational Citizenship Behavior pada Driver Grabbike Malang*. 20–25.