

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran* (S. Mahdi (ed.); Juni 2018). Alfabeta CV, Bandung.
- Aditama. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. AE Publishing.
- Adnan. (2020). *Analisis lingkungan bisnis*. Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe.
- Adnan. (2021). *Manajemen pemasaran*. Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe.
- Adnan & Cand. (2018). *Marketing Mix dan perilaku konsumen* (Rusdy (ed.)). Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe.
- Adrianto, A. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Smartphone. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 55–61. <https://core.ac.uk/reader/490591500>
- Advokasi Merek: Apa itu dan Mengapa Penting?* (2024). Influencycity.
- Afifah, A., & Zuhdi, S. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan, Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Grab Teknologi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1276>
- Ahmed, S., Al Asheq, A., Ahmed, E., Chowdhury, U. Y., Sufi, T., & Mostofa, M. G. (2023). The intricate relationships of consumers' loyalty and their perceptions of service quality, price and satisfaction in restaurant service. *TQM Journal*, 35(2), 519–539. <https://doi.org/10.1108/TQM-06-2021-0158>
- Ahn, H., & Park, E. (2023). Motivations for user satisfaction of mobile fitness applications: An analysis of user experience based on online review comments. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01452-6>
- Aini, E. Q., & Puspikawati, S. I. (2020). Hubungan Usia, Tingkat Pendidikan, Dan Tingkat Pendapatan Dengan Kepuasan Hidup Pada Tim Penggerak Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (Tp-Pkk) Kaligung Banyuwangi. *Journal Of Community Mental Health And Public Policy*, 2(2), 1–12.
- Alma & Tjiptono. (2010). *Pengertian harga*. Erlangga, Jakarta.
- Aprilia, M., & Rivera Pantro Sukma. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Word

- of Mouth terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 15–165.
<https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.1875>
- Ardila, & Irawan. (2022). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Di Patokbeusi Subang. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 3 (4)*(Available online at:<http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>), 480–493.
- Astuti, & Wahab, A. (2024). *KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI GRAB GRABBIKE (STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN STIMI BANJARMASIN) INFLUENCE OF PRICES AND SERVICE QUALITY REGARDING CUSTOMER SATISFACTION USERS OF THE GRAB GRABBIKE APPLICATION (STUDY OF STIMI BANJARMAS. 1(2), 88–107.*
- Auliazmi, R., Rudiyanto, G., & Utomo, R. D. W. (2021). Kajian Estetika Visual Interface Dan User Experience Pada Aplikasi Ruangguru Aesthetic Studies of Visual Interface and User Experience of the Ruangguru Application. *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 4(1), 21–36.
<https://doi.org/10.25105/jsrr.v4i1.9968>
- Azhari, M. H. (2024). *Peran Visual dalam Meningkatkan Engagement Pengguna di Situs Web Berita*. 1–10.
- Bachri, N. (2016). Pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan dan word of mouth pengguna jasa taman penitipan anak dikota Lhokseumawe. *Manajemen Indonesia*.
- Bachri, N. (2019). *Statistika dasar untuk bisnis* (J. Ahyar (Ed.)). CV Jejak, Anggota IKAPI.
- Banjar, A. K., & Mandala, K. (2022). Pengaruh Layout Toko, Visual Merchandising Dan Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv. Fenny Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(12), 2085.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i12.p06>

- Barry, B. (2014). *Babin, Barry (2014:133)* (19th ed.). Journal of Service Marketing.
- Bhandari, U., Neben, T., & Chang, K. (2015). Understanding visual appeal and quality perceptions of mobile apps: An emotional perspective. *International Publishing Switzerland*, 9169, 451–459. https://doi.org/10.1007/978-3-319-20901-2_42
- Budi Utomo, S., Marjukl, A., Hardian, A., Adi Pratama, I. W., & Masud, M. I. (2024). Pengaruh Word of Mouth, Social Media Marketing dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna iPhone. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 1387–1393. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2323>
- Budiarti, A. T., Wahyudi, F., & Ratnasari, N. (2022). Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Gojek Menggunakan UX Honeycomb. *Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika (JUSIFOR)*, 1(2), 104–111. <https://doi.org/10.33379/jusifor.v1i2.1634>
- Budiman, B., Rodiyansyah, S. F., & Abdurrahman, D. (2018). Pengukuran Kepuasan Pengguna Dan Peningkatan Layanan Sistem Informasi Pelayanan Desa Dan Data Terpadu (Siladdu) Kabupaten Majalengka. *J-Ensitem*, 5(01), 272–281. <https://doi.org/10.31949/j-ensitem.v5i01.1216>
- Cheng, W., Yang, J., Wu, X., Zhang, T., & Yin, Z. (2024). A Quantitative Study on Factors Influencing User Satisfaction of Micro-Mobility in China in the Post-Sharing Era. *Sustainability (Switzerland)*, 16(4). <https://doi.org/10.3390/su16041637>
- D. Veena Parboteeah, Joseph S. Valacich, J. D. W. (2019). The Influence of Website Characteristics on a Consumer's Urge to Buy Impulsively. *Kinabalu*, 11(2), 50–57.
- Dai, Y., Qi, Y., Li, L., Wang, B., & Gao, H. (2021). A dynamic pricing scheme for electric vehicle in photovoltaic charging station based on Stackelberg game considering user satisfaction. *Computers and Industrial Engineering*, 154(October 2020). <https://doi.org/10.1016/j.cie.2021.107117>

- David. (2023). Analisis Pengaruh Ui/Ux Aplikasi Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi*, 11(1). <https://doi.org/10.24912/jiksi.v11i1.24088>
- Deacon, P. (2020). *Ux and ui strategy a step by step guide on ux and ui design (PDF ed.)*. Independently published.
- Desi In Diana, sari. (2013). Elemen Visual Kemasan Sebagai Strategi Komunikasi Produk. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 6, 43–52.
- Dharmawan, S. (2019). STUDI KOMPARATIF USER EXPERIENCE DESAIN ANTAR MUKA PENGGUNA APLIKASI MOBILE BERDASARKAN ELEMEN DESAIN STUDI KASUS APLIKASI GRAB DAN GOJEK. *Jurnal Informatika Dan Komputer*. <https://doi.org/https://doi.org/10.30989/teknomatika.v13i1.1138>
- Dicky Syahputra, M. (2019). Management Analysis Journal Building Customer Engagement through Customer Experience, Customer Trust, and Customer Satisfaction in Kaligung Train Customers. *Management Analysis Journal*, 8(4), 24–32. <http://maj.unnes.ac.id>
- Diotiharta, Y., Muktiyanto, A., & Mujtahid, I. M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Internet PT. Telkomsel di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 401–414. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3070>
- Domingos Mondego, E. G. (2024). PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN, DAN NILAI HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DAMPAK KEAMANAN, KUALITAS LAYANAN, KEGUNAAN YANG DIPERSEPSI DALAM SISTEM PEMBAYARAN BERBASIS CLOUD DI AUSTRALIA: ANALISIS PLS-SEM. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen Teknologi*, 21, 1–18. <https://doi.org/10.4301/S1807-1775202421004>
- Dwinanda Putra, D. B. A., & Nurcaya, I. N. (2022). Peran Kepuasan Konsumen

- Dalam Memediasi Pengaruh Wom Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi M Aboe Talib. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(8), 1504. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i08.p04>
- Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *PENGARUH WORD OF MOUTH MARKETING (WOM) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN*.
- Elisabeth, Maria, Olivia putri Anggoro, P. (2020). “Pengaruh Komunikasi Dan Konten Visual Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Fotografi Di Sweetescape Jakarta [Effect Of Visual Communication And Content In Social Media Services Instagram Buying Decisions SweetEscape Photography. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*. <https://doi.org/10.30813/.v6i2.2415>
- Elysha, C. N., & Batu, K. L. (2024). Analisis Pengaruh Visual Appeal dan Portability terhadap Urge to Buy Impulsively. *Journal of Research on Business and Tourism*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.37535/104004120241>
- Eriswanto, E., & Kartini, T. (2019). Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Penjualan Pada PT. Liza Christina Garment Industry. *Jurnal Umami*, Vol. 13(2), 103–112. <https://jurnal.ummi.ac.id/index.php/ummi/article/view/537/241>
- et al, kemp. (2014). Healthcare Branding : Developing Emotionally Based Consumer Brand Relationships. *Journal of Service Marketing*.
- Fahmi, M., Armia, S., Manajemen, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Syiah Kuala, U., Universitas, B., & Kuala, S. (2017). Pada Pengguna Indosat Ooredoo Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 49–59.
- Fahmi, R. U., Zahran, A. G., & Suwandi, S. P. (2023). Analisis User Experience Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Spotify Dengan Metode Utaut. *Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi*, 4(1), 154–169. <https://doi.org/10.46576/djtechno.v4i1.3334>
- Faradilla A. (2023). *Apa Itu User Experience (UX)? Definisi Lengkap & Manfaatnya*. Hostinger Tutorial. <https://www.hostinger.co.id/tutorial/user-experience-adalah>

- Febriansyah, S., Bachri, N., Siregar, W. V., Bahri, S., & Hamdiah. (2022). Indonesian Islamic Bank Credibility and Customer Loyalty: Does Customer Satisfaction Really Serve As a Mediator Variable? *International Journal of Business and Society*, 23(3), 1692–1704. <https://doi.org/10.33736/ijbs.5196.2022>
- Ferdinand, A. (2019). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Galih Yoga Sasmita, N. (2022). Pengaruh daya tarik visual dan portabilitas terhadap impulse buying melalui hedonic browsing sebagai variabel intervening (studi pada pengguna aplikasi shopee di kota Semarang). *Diponegoro Journal Management*, 11(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Gazalie, J. (2015). Pengaruh Elemen Brand Association Terhadap Brand Advocacy Dimediasi Oleh Self-Brand Connection Pada City Branding Kota Batu “Shining Batu.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 4(2), 1. <https://citybrandingasia.wordpress.com/branding/>
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- González-viralta, D., Veas-gonzález, I., Egaña-bruna, F., Vidal-silva, C., Delgado-bello, C., & Pezoa-fuentes, C. (2023). Heliyon Positive effects of green practices on the consumers ’ satisfaction , loyalty , word-of-mouth , and willingness to pay. *Heliyon*, 9(10), e20353. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20353>
- Gultom, H. J., Sebayang, E. S., & Sitorus, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perhitungan. *Jurnal Ilmiah Skylandsea*, 3(2), 87–95. <https://www.politeknikmbp.ac.id/karya-ilmiah/dosen/category/60-volume-4-no-2-juli-2020.html?download=543:hamonangan-justinus-gultom1-erna-susilawaty-sebayang2-siska-sitorus3>

- Gunawan. (2020). *Uji Asumsi Klasik. In C. Gunawan, Mahir Menguasai SPSS*. Deepublish.
- Guo, F. (2012). *Lebih dari Sekadar Kegunaan: Empat Elemen Pengalaman Pengguna, Bagian I. Ux Matters*. <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-of-user-experience-part-i.php>
- Guo, F., Chen, J., Li, M., Lyu, W., & Zhang, J. (2022). Effects of visual complexity on user search behavior and satisfaction: an eye-tracking study of mobile news apps. *Universal Access in the Information Society*, 21(4), 795–808. <https://doi.org/10.1007/s10209-021-00815-1>
- Habibi, N. (2024). *Terus Kembangkan Jaringan. Kini Jangkauan Im3 di Aceh Semakin luas dan stabil*. Ialeksis. <https://dialeksis.com/aceh/terus-kembangkan-jaringan-kini-jangkauan-im3-di-aceh-semakin-luas-dan-stabil/>
- Hair et.al. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Eighth Edi). Annabel Ainscow.
- Handayani. (2020). *Metodologi penelitian sosial*. Trussmedia Grafika.
- Handriyani, P. E., & Astawa, I. G. P. B. (2022). Pengaruh Tingkat Penghasilan, Pemahaman Aturan Perpajakan, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Kabuoaten Buleleng. *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 11(01), 13–22. <https://doi.org/10.23887/vjra.v11i01.50572>
- Hariani, M., Arifin, S., & Rahman Al Hakim, Y. (2021). The Effect of Perceived Service Quality and Price on Hotel Service User Satisfaction In Surabaya. *Technology and Society*, 2(1), 19–24.
- Harris, L. C., & Goode, M. M. H. (2010). Online servicescapes, trust, and purchase intentions. *Journal of Services Marketing*, 24(3), 230–243. <https://doi.org/10.1108/08876041011040631>
- Herdianto, R., & Pardede, R. (2024). Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi sebagai mediator ada pelanggan Kopi Tuku di Jabodetabek. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 5(2), 307–321.
- Hidayatullah, S., Kusumaningtyas, R., & Aziati, Y. (2019). Analisis Pengaruh User

- Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application ECommerce Shopee Menggunakan Model Delone & Mclean. *Applied Information Systems and Management (AISM)*, 2(2), 77–80.
- Homepage, J., Fazri, N., Maulidiyah, A., Singasatia, D., & Agus Sunandar, M. (2022). Analysis of User Experience Effect on Users of VLive Mobile Application Using the SCSI Model Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application VLive Menggunakan Model SCSI. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 2(2), 28–34.
- indrasari. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press, Surabaya.
- Informasi, P. S., & Informasi, K. (2024). KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PADA APLIKASI E-COMMERCE TIKTOK Universitas Gunadarma , Jakarta. 4307(August), 968–973.
- Islamiah, F., Harmayanto, H., & Jayanti, R. D. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Teh Pucuk Harum Pada Toko Dhea Sembako Di Tanah Grogot. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 1(1), 001–008. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v1i1.376>
- Jamal, J. I., Yusof, M. H. M., & Lim, K. Y. (2022). Digital Game Visual Style Classification: Influence of Information Quality Components on the User Satisfaction During Game Searching Activity in the Digital Game Library. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 16(24), 107–125. <https://doi.org/10.3991/ijim.v16i24.32837>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Keiningham, et al. (2017). Interaksi Antara Pengalaman dan Komitmen pelanggan. *Pemasaran Jasa*.
- khadafi, M. (2019). *Metode penelitian dengan menggunakan spss,pls dan evIEWS*.

Sefa Bumi Persada.

- Khairina, & Julianda, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perusahaan JNE Cabang Lhokseumawe). *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 185.
- kim jong moo. (2019). Pemandangan layanan memiliki efek positif terhadap kualitas makanan dan kepuasan pengguna. Analisis pengaruh mediasi kewajaran harga. *Journal of Digital Convergence*, volume 17, 3.
- Koonsanit, K., Hiruma, D., Yem, V., & Nishiuchi, N. (2022). *Final User Satisfaction*.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 13 J). Erlangga, Jakarta.
- kotler, Philip, K. (2007). *Manajemen Pemasaran* (kesatu). PT.Indeks, Jakarta.
- Kotler & Armstrong. (2016). *Marketing an Introduction*. Pearson education.
- Kotler dan Keller. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotller & Amstrong. (2011). *Prinsip-prinsip Marketing* (edisi ketu). Alih Bahasa Frutek, Salemba Empat.
- Kotller, K. (2018). *Manajemen Pemasaran* (1Edisi 12). PT.Indeks.
- Kuncoro. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitattif Dan R&D*. (Erlangga).
- Kurniasari, R. P., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Barang Pt. Pos Indonesia Di Tulungagung. *Jurnal Economina*, 2(8), 1997–2010. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.710>
- Kurniawan, B. W., & Saputra, B. M. (2022). Brand Ambassador Dan E-Word Of Mouth Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian pada Marketplace Indonesia. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(3), 1967. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.3.1967-1976.2022>
- Kusumanegara, A. S., & Rachmawati, I. (2023). *The Effect Of Service Quality and Price On Customer Satisfaction and Loyalty in Telkomsel Cellular Operator Services*. 9–22. <https://doi.org/10.46254/an13.20230500>

- Lai, I. K. W. (2020). An examination of satisfaction on word of mouth regarding Portuguese foods in Macau: Applying the concept of integrated satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43(February), 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.02.011>
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Lee, S. (2023). A Study on Visual Expression Elements and User Satisfaction in Video Streaming Services on the Web: Focusing on Video Thumbnails. *Journal of Web Engineering*, 22(1), 27–40. <https://doi.org/10.13052/jwe1540-9589.2212>
- Lindgaard, G. (2016). *Aesthetics, Visual Appeal, Usability, and User Satisfaction: What Do the User's Eyes Tell the User's Brain?* 80, 311–320.
- Lona Olavia. (2022). *Pengertian Bid Price dan Ask Price di Dunia Kripto, Pemula Wajib Tahu!* Investor.Id. <https://investor.id/market-and-corporate/290626/pengertian-bid-price-dan-ask-price-di-dunia-kripto-pemula-wajib-tahu>
- Maharani, S. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Ufo Elektronika Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–16.
- Mahatma, I. G., Bakti, Y., Rakhmawati, T., Sumaedi, S., Widiyanti, T., Yarmen, M., & Astrini, N. J. (2020). Public transport users ' WOM : an integration model of the theory of planned behavior , customer satisfaction theory , and personal norm theory. *Transportation Research Procedia*, 48(2018), 3365–3379. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2020.08.117>
- Mansur, A. T., Murtini, M., Wahyu, D., & Ranto, P. (2024). *Pengaruh Word of mouth dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Aplikasi Maxim*. 2, 58–69.
- Marketing. (2023). *Brand Ambassador, Brand Advocate, atau Influencer:*

- Mengenal Perbedaan dan Peran Masing-masing dalam Dunia Pemasaran.* Undiknas University. <https://undiknas.ac.id/2023/06/brand-ambassador-brand-advocate-atau-influencer-mengenal-perbedaan-dan-peran-masing-masing-dalam-dunia-pemasaran/>
- Marlita, Y., & Rachmawati, I. (2017). Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Operator Seluler Di Indonesia the Influence User Experience Toward Customer Satisfaction in User Service Provider in Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 4(2), 1312–1319.
- Marwati, E., & Krisbiantoro, D. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Web Students Universitas Amikom Purwokerto Menggunakan Metode Eucs. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 4(2), 67–72. <https://doi.org/10.24076/joism.2023v4i2.902>
- Maulidiyah, N. F. A., Singasatia, D., & Sunandar, M. A. (2022). Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application VLive Menggunakan Model SCS. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 2(2), 28–34. <https://doi.org/10.57152/malcom.v2i2.398>
- Melianto, R. C. (2019). *ANALISIS PENGARUH PRODUCT INVOLVEMENT, PERCEIVED RISK, MARKET MAVEN, TERHADAP POST-SWITCHING NEGATIVE WORD OF MOUTH DENGAN DISSATISFACTION TERHADAP PROVIDER LAMA SEBAGAI VARIABEL PEMODERATOR.*
- Misbah, Iwa , Sobari, N. (2019). *Pengaruh daya tarik visual kemasan produk minuman pada anak, analisis kepuasan model kano.*
- Mudrajad, K. (2020). *Metode kuantitatif.* AMP YKPN.
- Muslim, E., Moch, B. N., Wilgert, Y., Utami, F. F., & Indriyani, D. (2019). User interface redesign of e-commerce platform mobile application (Kudo) through user experience evaluation to increase user attraction. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 508(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/508/1/012113>

- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Mustopa, H., Sabani, K., Fikriah, N. L., Islam, U., Maulana, N., & Ibrahim, M. (1875). *PENGARUH VISUAL APPEAL DAN SUBJECTIVE NORMS TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN DIMEDIASI OLEH PERCEIVED ENJOYMENT DAN DIMODERASI OLEH USER EXPERIENCE (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEEPAY DI KOTA MALANG)*. 37(1), 18–44.
- Musyaffa, N., & Ngatno. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Sindoro Pt. Kai Daop Iv Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1–10.
- Nandy. (2024). *Word of Mouth : Pengertian, Cara Kerja, Manfaat, dan Strateginya*. Gramedia Blog.
- Natalia, D., & Susilawaty, R. (2022). Pengaruh Kualitas Sistem, Keamanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengguna dalam Penggunaan Paylater (Studi Kasus pada Pengguna Paylater di Kota Bandung). *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 13(01), 1379–1385. <https://doi.org/10.35313/irwns.v13i01.4295>
- novianto Roby & Sanianto. (2024). ANALISIS PENGARUH USER EXPERIENCE (UX) TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DALAM SISTEM INFORMASI PERPUSTAKAAN DIGITAL ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF USER EXPERIENCE (UX) ON USER SATISFACTION IN A DIGITAL LIBRARY SYSTEM. *Research Variabel*, 01(02), 554–559.
- Nugraha, D., Putra, G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Nugroho, A., Siagian, H., Oktavio, A., Jiwa, Z., & Tarigan, H. (n.d.). *PENGARUH WORD OF MOUTH MARKETING (WOM) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI*.
- Nurfan Galih Yoga Sasmita, Y. (2022). PENGARUH DAYA TARIK VISUAL DAN PORTABILITAS TERHADAP IMPULSE BUYING MELALUI HEDONIC BROWSING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11, 1. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/12931>
- Paakki, M., Sandell, M., & Hopia, A. (2019). Visual attractiveness depends on colorfulness and color contrasts in mixed salads. *Food Quality and Preference*, 76, 81–90. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.04.004>
- Pangestu, B. (2019). Analisis Turunnya Daya Tarik Visual Dalam Iklan Olx Pada Televisi. *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 1–8. <https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.5817>
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing Management* (12th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Praptono, L. H., & Haryanto. (2016). Purchase Intention: Apakah Tampilan Website Berpengaruh? Purchase Intention: Do E-Servicescape Has Effect? *Fokus Manajerial*, 14(2), 101–114.
- Prihatma, G. T. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Tambahan Layanan Terhadap Kepuasan konsumen Pengguna Jasa Kapal Penyebrangan Di PT Trisakti Lautan Mas Cabang Bakauheni, Lampung. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 15–36. <https://doi.org/10.30656/jm.v10i1.1511>
- Pujianto, totok. (2020). *Analisis User Experience pada Warehouse Marketplace dengan Metode Heuristic Evaluation*. Academia. https://www.academia.edu/101150222/Analisis_User_Experience_pada_Warehouse_Marketplace_dengan_Metode_Heuristic_Evaluation

- Puspitasari, S., & Widayanto, W. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan Go-Ride (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 53–63. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.23769>
- Putri, A. A. (2023). *Operator Seluler Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia*. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/operator-seluler-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-Ahoxxy>
- Putri, N. A., Ngandoh, A. M., & Ilham, B. U. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Ojek Online Di Kalangan Mahasiswa Nobel. *Nobel Management Review*, 4(1), 157–169. <https://doi.org/10.37476/nmar.v4i1.3897>
- Rahmawati, N. D., Arifin, R., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Word of Mouth, Citra Merek, Brand Trust, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Bago Tulungagung). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(08), 37–52. www.fe.unisma.ac.id
- Ramadhan, H. A., Purwaamijaya, B. M., & Guntara, R. G. (2023). Pengaruh User Experience terhadap Customer Satisfaction pada Aplikasi Seluler Streaming Vidio. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 5(2), 122–133. <https://doi.org/10.35746/jtim.v5i2.367>
- Ratri, S. K., Hanggara, B. T., & Mursityo, Y. T. (2022). Analisis Pengalaman Pengguna (User Experience) pada Website E-commerce di Indonesia menggunakan Metode Scenario Testing dan SUPR-Q (Studi Kasus: Tokopedia dan Bukalapak). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(6), 2573–2583. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Rezaldy, I., Trianasari, N., Si, S., & Stat, M. (2019). Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Iflix Effect of User Experience on Customer Satisfaction in Iflix Application Users. *E-Proceeding of Management* :, 6(1), 491.

- Rhainata, L. A., & Rachmawati, I. (2017). The Relationship between User Experience, Customer Satisfaction, Switching Cost and Customer Loyalty in Indonesia Cellular Operators. *E-Proceeding of Management*, 4(3), 2851–2857.
- Rizaldy, Agustiansyah, A. (2023). *Terus Meningkatkan, Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212 Juta Tahun 2023*. Teknologi. <https://teknologi.id/insight/terus-meningkat-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-juta-tahun-2023>
- S, A. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. PT. Raja Grafindo Persada.
- S, N. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Cetakan Ke).
- Saebani, B. (2018). *Metode penelitian* (Revisi). CV Pustaka setia.
- Santoso, I. (2009). *Interaksi Manusia dan Komputer* (2nd ed.). CV Andi Offset.
- Saputri, S. D. (2021). Faktor Pengaruh Daya Tarik Visual Brand Organicup Terhadap Brand Awareness Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata. *Tuturrupe*, 3(2), 20. <https://doi.org/10.24167/tr.v3i2.3139>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., N. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra biru.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (20 th Edit). United Kingdom : Pearson.
- Shalsabilla, E. (2024). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN SHOPEEPAY*.
- Slamet Riyanto, D. A. A. H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. CV BUDI UTAMA.
- Sofina, S., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan

- Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet 4G Unlimited Indosat Ooredoo (Studi Pada Konsumen Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1530–1536. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1530-1536>
- Stojmenovic, M., Biddle, R., Grundy, J., & Farrell, V. (2018). The influence of expectations on usability and visual appeal in a web environment. *Annual Review of CyberTherapy and Telemedicine*, 2018(16), 153–159.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sudirman, A., Efendi, E., & Harini, S. (2020). Kontribusi harga dan kepercayaan konsumen untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 323. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.2078>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta CV, Bandung.
- Sulaiman, H. F. B., Gom, D., & Jiony, M. M. (2021). PRICE, SERVICE QUALITY, CUSTOMER TRUST AND SAFETY INFLUENCE TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION ON ONLINE TRANSPORTATION. *Jel Classification*, 20(1), 49–63.
- Sunyoto, D. (2020). *DASAR-DASAR MANAJEMEN PEMASARAN* (Ketiga). CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>
- Tseng, P. Y., & Lee, S. F. (2019). The Impact of Web Visual Aesthetics on Purchase Intention. *2019 IEEE Eurasia Conference on IOT, Communication and Engineering, ECICE 2019*, 2019, 28–31. <https://doi.org/10.1109/ECICE47484.2019.8942664>
- Untari, Y. S. (2022). *PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM) APLIKASI MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN*

- NASABAH BSI (Bank Syariah Indonesia) (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta).
- User Experience (UX): Definisi, Manfaat, Dan Cara Penerapan. (n.d.). Binus University. <https://binus.ac.id/bandung/2023/07/user-experience-ux-definisi-manfaat-dan-cara-penerapan/>
- Wawolumaja, J. F. (2021). Jurnal Pengaruh User Experience (Ux) Design Terhadap Kemudahan Pengguna Dalam Menggunakan Aplikasi Carsworld. *Journal Acta Diurna*, 17(1), 53–71. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2021.17.1.3813>
- Weni, A. (2024). PENGARUH E-SERVICE QUALITY , KESADARAN MEREK , TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS BORNEO TARAKAN).
- Wibowo, E. P. E., & Prapanca, A. (2018). Analisis User Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Mubeat. 10(2), 596–602.
- Wijayanti, R. (2021). *Metode penelitian kuantitatif* (Edisi ke 3). WIDYA GAMA PRESS.
- Wiwoho, N. (2020). Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention. *Jurnal STIE Putra Bangsa*, 1–13.
- Yu, N., & Huang, Y. T. (2020). Important factors affecting user experience design and satisfaction of a mobile health app—a case study of daily yoga app. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 1–17. <https://doi.org/10.3390/ijerph17196967>
- Zainuddin, N. F. F. B., Bakar, Z. B. A., Mohammad, N. M. B., & Mohamed, R. B. (2022). The Effect of the Aesthetically Mobile Interfaces on Students' Learning Experience for Primary Education. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 13(10), 224–230. <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2022.0131028>