

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, S. (2020). *Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi:G Sport Center Di Kota Padang)* (Vol. 17, Issue 20). Skripsi. Universitas Bung Hatta.
- Aprilia, E. (2021). *Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nazila Hijab Lamongan*. Skripsi. Universitas Islam Lamongan.
- Aridinta, F. A. (2019). Analisis Pengaruh Kenyamanan Layanan Online Terhadap Kepuasan Konsumen Mobile Commerce di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Arnawa, G., & Suardana, G. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Umkm Dwi Jati Desa Sari Mekar). *Jurnal Manajemen Fak. Ekonomi*, 9(1), 96–111.
- Azizah, S., & Astuti, M. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Salon Aura Depok Dalam Menghadapi Era New Normal Pandemi Covid-19*. 3(2), 645–652.
- Balaka, M. Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (I. Ahmaddien (ed.)). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Budiono, A. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian*. 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.ABSTRACT>
- Fatmawati, *et al.*, (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Keluarga Karunia Sejahtera (K3S) Gresik. *JEK - Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 5 No 2(60).
- Fauzi, A., Sarlo, K., Kenny, K., Hutagaol, J., & Samvara, M. A. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda pada PT. Hamsa Tour and Travel. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 278–391.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Universitas terbuka, Tangerang Selatan.
- Febriansyah, K. (2021). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kopi Studio 24 Malang*. Skripsi. Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta.
- Florentina, T. (2022). *Pengaruh Kenyamanan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Watsons Bandung Indah Plaza (Bip)*. Univeristas Komputer Indonesia.
- Gustianto, Boby. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada CV. Naisha Madu*

- Nusantara. Jurnal Riset manajemen Indonesia*, 4(1), 54-64.
- Hardisman. (2021). *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM) (Langkah Praktis Smartpls 3.3 Dengan Penerapan Kesehatan)*. Bintang Pustaka Madani. Yogyakarta.
- Hendra, A. M. A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara ONLINE di Lazada.co.id (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Pelita Indonesia). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), ISSN 2527-8223.
- Humairoh, & Hartono, D. (2022). *Analisis Perilaku Belanja Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Marketplace Shopee Pada Masa New Normal (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Indonesia Di Kota Tangerang)*. 2(1).
- Khairunnisa, L., & Mursito, B. (2021). *Kepuasan pelanggan ditinjau dari kenyamanan, keamanan dan ketepatan waktu*. 23(2), 194–198.
- Laimu, Maria, dkk (2023). Determinasi digital payment, persepsi konsumen, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian dimediasi minat beli pada cv sido makmur di babat lamongan. *Jurnal peta vol*, 8 no. 2 Juli 2023.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.
- Mawarna, B. (2021). *Analisis Profabilitas dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)*. Skripsi. Universitas Islam Lamongan.
- Kusuma, D. M. (2020). *Analisis Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Masyarakat Pengguna Mrt Jakarta*. November, 4–6.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). *Analisis Persepsi Harga , Lokasi , Fasilitas , dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian ( Studi Kasus pada Umkm Skck ( Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah ) Metode Structural Equation Modelling ( SEM ) - Partial Least Square ( PLS )*. 10, 391–402.
- Muhtarom, abid, dkk (2023) analisis kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian dimediasi kepuasan pelanggan pada makanan khas lamongan (study kasus pada konsumen sentral nasi boran lamongan dengan analisis metode partial least square(pls)-str.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Oktaviani, D. F., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2022). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pmbelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Makanan Halal Di Manado*.

Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta

- Pranatawijaya, V. H., & Priskila, R. (2019). *Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman*. 5(November), 128–137.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pascal Books. Tangerang Selatan
- Putra, K., Indriyani, R., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo*. 7(2016).
- Rachmawati, adinda dwi, dkk (2023). The effect of product quality and promotion on purchase decisions medited consumer satisfaction on msme in lamongan regency, Entrepreneurship, Economics, and Business International Conference (EEBIC).
- Rachmawati, adinda dwi, dkk (2023) pengaruh kualitas produk, inovasi produk, promosi, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian dimediasi kepuasan konsumen pada umkm kabupaten lamongan (metode structural equation modeling (SEM) – partial least square (PLS)).
- Rachmawati, adinda dwi, dkk (2023). The effect of product quality and promotion on purchase decisions medited consumer satisfaction on msme in lamongan regency, Entrepreneurship, Economics, and Business International Conference (EEBIC).
- Rahmani, A. . (2022). Pengaruh Kenyamanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 988–1001.
- Ratnaningsih, Y. M (2022). *Meningkatkan Minat Pembelian Menggunakan E-Commerce Shopee Di Masa Pandemi Covid-19*. 10(2).
- Riyadin. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan)*. 2(April), 41–50.
- Rizky, C. A. (2020). Pengaruh Kenyamanan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Menggunakan Kembali Dengan Moderasi Religiusitas Pada Layanan Go-Pay Di Surabaya Dan Sidoarjo. *STiE PERBANAS*, 1–15.
- Rosyidi, moh. Arief zadana, dkk (2023) analisis harga, cita rasa, lokasi, kualitas produk, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dimediasi keputusan pembelian pada usaha wakhid pentol.
- Salomo, F., & Simbolon, R. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Advent Indonesia). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 111–125.
- Septian, D. (2020). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kepri MALL*. Skripsi. Universitas Putera Batam
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap

- Kepuasan Konsumen. *Jurnal Insprasi Bisnis & Manajemen*, 5(1), 67–86.
- Tresiya, D., & Subagyo, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri*. 1(2), 208–224.
- Wardani, N. D. (2021). *Analisis persepsi harga, kualitas pelayanan, customer relationship Marketing, dan kepercayaan terhadap peningkatan penjualan dimediasi loyalitas pelanggan pada umkm ayam potong online elmonsu (metode structural equation (SEM) - partial least square (PLS))*. Skripsi. Universitas Islam Lamongan.

