

Daftar Pustaka

- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Artika, R. N., Haidar, K., & Sutrisno, S. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau (KPMKB) di Samarinda. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 32–43. <https://doi.org/10.26858/je3s.v5i1.1806>
- Arum Jati, T. D. S., & Suryoko, S. (2020). PENGARUH PROMOSI, TARIF, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi Pada Pengunjung Plaplay Indoor Theme Park Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 83–89. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27220>
- Bahrudin, U., & Sembiring, E. S. K. (2022). Effect of Pricing and Packaging on Consumer Purchase Decisions At Mr. B in the City of Serang. *AMAL INSANI (Indonesian Multidiscipline of Social Journal)*, 2(2), 127–139. <https://doi.org/10.56721/amalinsani.v2i2.13>
- Basmantra, I. N., Dewi, I. A. I. P., & Widhiasthini, N. W. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Lifestyle terhadap Keputusan Pengguna Mobile Learning (Ruang Guru) di Industri 4 . 0. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 224–235.
- Batara Daniel Bagana, dalam G. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pembagian Dividen Pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 1038–1055.
- Didin Fatihudin and, M. A. F. (2020). Pemasaran Jasa. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., March.
- Dinda Az Zarah Bellin1, Nova Anggrainie2, S. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI, HARGA, DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK TAS MEREK ELIZABETH. *1192*, 304–317.
- fauchatul yumna febriani. (2023). *Mengenal Social Proof dan Contohnya Dalam User Experience*. Medium.Com. <https://medium.com/@fauchatulyumna/mengenal-social-proof-dan-contohnya-dalam-user-experience-e37e25b31391>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Irawati, D., Savitri, C., Faddila, S. P., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Perjuangan, U. B. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital dan Ulasan Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific pada Marketplace Sociolla Indonesia

- pada 2023 , peningkatan penetrasi ini masih didorong oleh penggunaan internet Berlandaskan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Ja. 3.
- Jombangkab.go.id-kominfojombang. (2022). *Fasilitas Publik-Transportasi*. Jombangkab.Go.Id. <https://www.jombangkab.go.id/fasilitas/transportasi>
- Kumalasari, R. (2022). *Definisi, Metode, serta Indikator Kepuasan Pelanggan*. Artikel- Majoo.Id. <https://majoo.id/solusi/detail/indikator-kepuasan-pelanggan>
- Kurniawan, G. P., Shalikhah, S. Z., Shofiati, H., Azizah, N. N., & Mochtar, M. (2021). Analisis Permasalahan Transportasi di Perkotaan: Studi Kasus pada Kawasan Perkotaan Yogyakarta. *Jurnal Tana Mana*, 2(1), 44–49. <https://doi.org/10.33648/jtm.v2i1.119>
- Lapian, D. T. M. S. M. M. T. (2021). *Jurnal governance*. 1(2), 1–11.
- Lesmana, H. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Di Kelurahan Pasarbatang. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*, 1(1), 29–37. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jasika>
- Luh Kadek Budi Martini, Ejasa Sembiring, & Frandy Paulus. (2022). Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 4(1), 15–24. <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>
- Masruroh, D. M., Sardjono, S., & Halik, A. (2019). Pengaruh Harga, Sosial Media Marketing dan Brand Equity Terhadap Customer Purchase Decision Melalui Consumer Respon Sebagai Variabel Intervening pada Jamaah Umroh PT. Saraya Anugrah Di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 987–1003.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi :* 59, 59, 290572. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php>
- Prodi Transportasi ULBI. (2024). *DEFINISI TRANSPORTASI: Menurut Beberapa Ahli*. [Www.Transportasi.Ulbi.Ac.Id](http://www.Transportasi.Ulbi.Ac.Id). <https://transportasi.ulbi.ac.id/page/berita/definisi-transportasi:-menurut-beberapa-ahli>
- Riadi, M. (2022). *Artikel Content Marketing*. KajianPustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2022/11/content-marketing.html>
- Rizky, I., & Mahfudz, A. (2022). Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Rovina, V. (2024). *E-Jurnal Surplus (Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan) PENGARUH TARIF DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Ekspedisi Tiki Di Kota Sampit)*. 3(1), 151–159.
- Sakinah, S., & Aslami, N. (2021). Peranan Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 101–112. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Sanjaya, L. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing Pada Customer Value dan Customer Engagement Serta Dampaknya Terhadap Repeat Purchase Pada

- PEGIPEGI di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 12.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Suroso, A., Saputra, A. M., & Yanti, A. (2024). *Peran Konten Visual Dalam Memoderasi Pengaruh Digital Marketing Dan Product Innovation Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Mediasi Brand Image (Studi Pada Layanan Pengiriman Lion Parcel)*. 1192, 795–818.
- Susila, P., Handoko, Y., & Agustina, T. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Peserta Didik Memilih Belajar Di Lembaga Pendidikan Wearnes Education Center Bali. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 2(1), 762–777. <https://doi.org/10.32815/jiram.v2i1.59>
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Mirai Management*, 1(1), 14–23.

