

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkautsar, I. (2011). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Perahu Sekoci PT. Jatitengah Perdana Jakarta. *Skripsi*.
- Anggriani, N. L. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handuk Pada Pt Tatapusaka Sentosa Textile Mills Bandung. *Jurnal Stieamkop*, 1-16. Retrieved from <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume>
- Aprianto, R. (2016). Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Bnj Elektronik Kota Lubuklinggau . *Buletin Bisnis & Manajeme*, 1-23.
- Arikunto. (2014). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnani, O. S. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Service Quality Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Di E-Commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593 Volume 10, Nomor 2, Februari 2021*, 10, 1-16.
- David. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online Grab. *AGORA*, 6 (2).
- Dewa, C. B. (2018, Maret). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif*, 1-6.
- Fajrin, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol 11, No. 2, 2020*, 201-223. doi:doi.org/10.21009/JRMSI.011.2.01
- Farida, F. K. (2016). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Promosi Penjualan Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Alfa Cell Di Semarang) . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-14.

- Ferdiandinata, R. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online di Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi). *Skripsi*, 1-140.
- Fiona, D. R. (n.d.). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). 1-9.
- Fritz, P. Q. (2020, September 4). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kimia Farma Pfficial Shop di E-Marketplace Shopee). 42-57.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan . *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* , Medan.
- Hardi, V. (2021). Pengaruh Kinerja Layanan dan Promosi OVO Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital OVO. *Commercium, Volume 03 Nomor 03 Tahun 2021*, 03, 180-191.
- Haryani, D. S. (2019, Maret). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Dimensi*, 1-17.
- Irda, C. S. (n.d.). Pengaruh Harga, Promosi Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Online. 1-3.
- Kotler, P. &. (2015). *Marketing Management*. New York City: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. .
- Lovelock, C. J. (2010). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Mohammad Ihsan, A. P. (2018). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 4(1) ISSN 2541-6243 (Online), ISSN 2541-688X, 170-175. doi:10.33087/jmas.v4i1.85

- Naibaho, V. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pengguna e-money.(studi kasus pada pengguna ovo di kota medan). *Skripsi*, 14-15.
- Nurrizal, M. (2015). Pengaruh E-Service Quality Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Dengan Moderasi Persepsi Nilai Yang Dirasakan Pelanggan Kereta Api Di Surabaya. *Artikel Ilmiah*, 3-4.
- OVO. (n.d.). (n.d) *Tentang OVO. 2021*. Retrieved from <https://www.ovo.id/>
- Paramitha, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Melalui E-Commerce Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Universitas Mulawarman Pengguna Mobile Application Tokopedia). *eJournal Administrasi Bisnis 2018*, 6 (3), 1076-1089.
- Puspa Chairunnisa Chesanti, d. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 1-8.
- Sihaloh, R. N. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 1-15. doi:10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.3764
- Subagyo, A. (2010). *Marketing In Business*. . Jakarta: Mitra Wacana Media .
- Sudjana. (2008). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *AGORA Vol. 6, No. 1, (2018)*, 1-10.
- Trisno. (2019). Pengaruh Fitur, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Layanan OVO (Survey Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Konsentrasi Pemasaran Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2015). *Skripsi*, 1-134.
- Wu, S. J. (2014). Relationship between consumer characteristics attitude toward online shopping. *Marketing Intelligence & Planning*, 21(1), 37-44.
- Yasa, N. M. (2012). E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitaspelanggan Dalam Penggunaaninternet Banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 293–306. Retrieved from <http://jurkubank.wordpress.com>
- Zeithaml, V. A. (2011). Service Quality Deliver through Web Sites. *Journal of the Academy of Marketing*, 24.

