

DAFTAR PUSTAKA

- Aswar, N. F., Haeruddin, M. I. W., Kurniawan, A. W., & Natsir, U. D. (2022). Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Gojek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar). *Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 17(2), 6–11.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85–94. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.30>
- Andrian, Indra, C., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Basuki, & Elsha Estri Tami. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada PT. Kereta Api Indonesia. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 5443–5457. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/download/9141/6911>
- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v17i2.6868>
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762–6781. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran (Dasar dan Konsep). In *Qiara Media*. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334057497_PEMASARAN_dasar_dan_konsep/links/5d14be6592851cf4404f63a8/PEMASARAN-dasar-dan-konsep.pdf
- Fitriana, O., & Utami, N. (2017). Strategi Promosi Penjualan. In *Book*. <https://book.asia/book/5686392/1c6357>

- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3 ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang
- Harnanto. 2017. *Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis*. Yogyakarta: BPF.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Issue 1).
- Ismadi, F. H. (2022). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Switching Cost Sebagai Variable Mediasi. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(2), 72–85. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.653>
- Iqbal, Mansoor. (2023) Spotify Revenue and Usage Statistic (2023) diakses pada 10 September 2023 dari https://www.businessofapps-com.translate.google/data/spotify-statistics/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kumara, D., Putranto, A. T., & Syahria, S. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Masakan Jepang En Dining. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 57–68. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3410>
- Kurniasih, V., Febrilia, I., & Rahmi. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan di Jakarta. *Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3, 919–933.
- Kuswandi, D., & Nuryanto, G. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(10), 1705–1722. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i10.255>
- Larkin, Sarah. (2023). Who Is Today's Spotify Customers?. Diakses pada 19 September 2023 dari https://www.comscore-com.translate.google/Insights/Blog/Who-is-today-s-Spotify-Consumer?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Madjowa, I. S. (2023). Tingkat Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan Melalui Variabel Moderating Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 184–193. <https://doi.org/10.36778/jesy.v6i1.909>

- Mahanani, E., & Alam, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan D'besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 11–21. <https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.550>
- Manihuruk, B. K. (2023). *Analisis Kualitas Produk dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada PT Shopee Indonesia*. 1(1), 11–23.
- Ngatno. (2018). Manajemen Pemasaran. In *EF Press Digimedia*.
- Noersanti, L., & Alfian, D. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pasar Jaya Klender SS). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–29.
- Nofindri, M. L., Sutarjo, A., & Hdaya, R. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening di Mini Market Wirda Kota Padang. *Matua*, 3(1), 59–72.
- Nurlia, G. B., & Mahmud. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Kiyomi Jeans Di Ite Cempaka Mas Jakarta Pusat. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 31–40.
- Olivia, G. R., & Ngatno, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Maybelline Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 742–752. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29773>
- Pratiwi, Sulistya Febriana. (2023). Warga RI Dengarkan Streaming Musik Selama 1,5 jam per Hari. Diakses pada 10 September 2023 dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/warga-ri-dengarkan-streaming-musik-selama-15-jam-per-hari>
- Prihatama, G. T., Masitoh, M. R., & Saputra, D. A. S. (2020). Pengaruh Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Saluyu Motor Cabang Kecamatan Bojong Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 4(1), 38–54. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/JEV/article/view/3007>
- Putra, R., & Suryoko, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Sriwijaya Air Rute Semarang-Jakarta). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 6(2), 1026–1040.
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2192–2207. <https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220>
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. <http://digilib.iain->

jember.ac.id/693/1/BUKU MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN OLEH Dr. KHAMDAN RIFA'I%2C SE.%2CM.Si.pdf

- Rizaty, Ayu Monavia. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023. Diakses pada 10 September 2023 dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Ronsumbre, Y. K., & Telagawathi, N. L. S. (2022). Pengaruh Promosi dan E-servqual Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Online di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Tahun 2019). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 17–23.
- Sari, D. A., & Mayasari, D. A. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar*. 4(1), 108–115.
- Sudiyono, Kurniawati, M., & Mustikowati, R. I. (2018). Manajemen Pemasaran Usaha Wisata. In *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sekolah Olahraga Binasehat Bekasi). *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Sugiyono, (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D. In *Alfabeta* (Issue 1).
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61–73. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. In *Multi Pustaka Utama*.
- Warsito, C. (2021). *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami*. <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/12521>
- Wibowo, A. E. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Smartphone Xiaomi di Kota Malang. *Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*, 1(10), 449–461. <https://doi.org/10.54543/fusion.v1i10.87>