

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, R. N., Qomariah, N., & Hafidzi, A. H. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Budaya Kerja Terhadap. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 4(1), 47–62.
http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/2109/1736
- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Pendidikan Tambusai*, 4(1), 239–247.
<https://jptam.org/index.php/jpttam/issue/view/15>
- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Alvin Hidayatullah, M. (2023). Analisis Strategi Promosi Personal Selling Pada Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Beringharjo Dolopo, Madiun Terhadap Loyalitas Anggota. *Salam (Islamic Economics Journal)*, 4(1), 79.
<https://doi.org/10.24042/slm.v4i1.17028>
- Amrulloh, R. (2022). Survei Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Pdam Intan Banjar. *Al-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 9(2), 128. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v9i2.6526>
- Anis Masifa, Hesti Widiati, A. Y. (2019). Analisis Staretegi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Perdana Kouta Pada XL Axiata. 6.
<https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/197>
- Arbiatun. (2019). *Infografis Dalam Perancangan Media*.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arianto Nurmin, & Muhammad Jefri. (2018). Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal semarak*, 1(1), 107–115.
- Assayakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. a, & Afgani, M. W. (2023). Jurnal pendidikan sains dan komputer metode studi kasus dalam penelitian kualitatif jurnal pendidikan sains dan komputer. *Jurnal pendidikan sains dan komputer*, 3(1), 1–9.
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Pemasaran Manajemen Digital*, 2(2), 72–81.
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Azizah. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69.

https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2021&q=uji+autokorelasi+adalah&hl=id&as_sdt=0,5

- Badjamal, F. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Samsung Di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 7(2), 1–11. <https://doi.org/10.31970/trend.v7i2.175>
- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.
- Bustamin, F. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dan Tingkat Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut di kota Makassar Selama Masa Pandemi Covid 19* 1–39. http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/18342/%0Ahttp://repository.unhas.ac.id/id/eprint/18342/2/J012201004_tesis_15-08-2022_1-2.pdf
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Christalia, K., & Djunaid, I. S. (2024). Pengaruh Harga dan Store Atmhospher terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Coffeeshop Koplo. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(2), 2001–2007. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i2.4021>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK:jurnal manajemen sumber daya manusia, administrasi dan pelayanan publik*, IX, 104–112.
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(1), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>
- Ekonomi, J., & Akuntansi, M. (2024). *Neraca Neraca*. 1192, 304–317.
- Endri, dan D. N. (2018). Novianti et al., 90 – 108 MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume VIII, No. 1, Feb 2018. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, VIII(1), 90–108.
- Evi, M., Dewi, L. O. A., & Amarjupi, D. S. (2022). Pengaruh Strategi Marketing E-Commerce Shopee Dan Media Tiktok Dalam Perspektif Nilai Edukasi. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(3), 10477–10482. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i3.3522>
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota

- Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Firdhaus, A., & Akbar, F. S. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Gubeng Surabaya. *Jurnal Proaksi*, 9(2), 173–187. <https://doi.org/10.32534/jpk.v9i2.2632>
- Frita, N., Hamdani, I., & Devi, A. (2021). Pengaruh Inklusi Keuangan dan Bank Syariah terhadap Infrastruktur Nasional Dan Pertumbuhan Ekonomi Dalam Program SDGs. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 155–182. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.690>
- Gupta, R., Howard, A., & Zahiri, S. (2020). Defining the link between indoor environment and workplace productivity in a modern UK office building. *Architectural Science Review*, 63(3–4), 248–261. <https://doi.org/10.1080/00038628.2019.1709788>
- Hadion Wijoyo, Denok Sunarsi, dan I. I. (2546). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi* (Vol. 5, Nomor 1).
- Hafidh Fauzi, D. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790–800. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.645>
- Hariaji, U. G., & Iriyanto, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung). *Unimus*, 15(2), 66–88.
- Hazmi, C. R. V. Al, & Nugraha, J. (2021). Pengaruh Fasilitas Kerja dan Lingkungan Kerja Non Fisik terhadap Kinerja Pegawai di PT Kawan Lama Sejahtera Surabaya. *Journal of Office Administration : Education and Practice*, 1(2), 282–297. <https://doi.org/10.26740/joaep.v1n2.p282-297>
- Herlina, N., Susanti, Y., & Ramadhan, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Pribadi dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 210–216. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i3.311>
- Heterokedatisitas, D. A. N., Ginting, E. B., Girsang, A. B., Martin, M., & Febriyansi, E. (2024). *HASIL PERHITUNGAN ASUMSI KLASIK : TENTANG UJI*. 8(12), 218–225.
- Hidayat, F., & Riofita, H. (2024). *Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Di Era Digital Pada Platform E-Commerce The Influence of Discounts and Promotions on Impulsive Purchasing Behavior in the Digital Era on E-Commerce Platforms*. 7(11), 4196–4201. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6400>
- Hidayat, F., Riono, B., Kristiana, A., & Dewi, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 214–231.

- Hidayat, R., Arief, M. Y., & Pramesthi, R. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Sky Garden Wonoboyo Di Bondowoso. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(10), 2141. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i10.2262>
- Hildayanti, S. K., & Satriyani, I. T. (2022). Strategi Promosi Melalui Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus UMKM RM Sate Taichan Senayan Palembang). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), 149–158. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2014>
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1757>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Ecopreneur.12*, 4(2), 122. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008>
- Iskandarsyah, N. M., & Utami, S. (2017). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 12. <http://jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/3826>
- Kevin Jonathan Kurniawan, Reynaldo Wahyudi, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 231–242. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.434>
- Komalasari, D. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. In *Buku Ajar Digital Marketing*. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Kuncoro, A., & Kristiyanti, M. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis Penerbit Cv. Eureka Media Aksara*.
- Kusumaningrum, N., Lestari, S., Program, S., Niaga, S. A., Tinggi, S., Administrasi, I., & Klaten, M. (2023). *Dukuh Topeng Desa Kajen Kecamatan Ceper Kabupaten Klaten*. 03(01).
- LILY ANDAYANI. (2018). Pengaruh Fasilitas, Keamanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Simpang Lima Gumul, Kediri. *Pengaruh Fasilitas, Keamanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Simpang Lima Gumul, Kediri*, 4(September), 1–16. http://doc.majapahit.ac.id/PENGARUH_FASILITAS_KEAMANAN_DAN_

KENYAMANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI SIMPANG LIMA GUMUL KEDIRI.pdf

LUVI ANNGRAILY.pdf. (n.d.).

Magdalena, M., & Putra, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Volume Penjualanvivopada J-Bross Computer Dan Smartphone Padang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 374–398.

Maharadja, A. N., Maulana, I., & Dermawan, B. A. (2021). Penerapan Metode Regresi Linear Berganda untuk Prediksi Kerugian Negara Berdasarkan Kasus Tindak Pidana Korupsi. *Journal of Applied Informatics and Computing*, 5(1), 95–102. <https://doi.org/10.30871/jaic.v5i1.3184>

Mangu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>

Muchlis, M., & Halim, A. (2024). The Creative Common Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) Article History. *Strata Business Review*, 2(1), 59–71. <https://doi.org/10.59631/sbr.v2i1.217>

Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), 391–402.

Mutiara Iryanda, & Jamardua Haro. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Event MTQ Ke-56 di Kota Medan pada PT JA Production Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(2), 01–08. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i2.1691>

Muzammil, V. K., Muzammil, M., Alfitri, N., & Vicky F. Sanjaya. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 2(01), 21–25. <https://doi.org/10.59422/lbm.v2i01.162>

Nadhirah, G., Fadjarwati, N., & Si, M. (2021). Analisis Kinerja Aset Fasilitas Sisi Darat Bandara Wiriadinata Berdasarkan Key Performance Indicators of Facility. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 14(1), 2622–0946.

Nareswari, A. N., & Suryaningsih, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Respons Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Marugame Udon*.

Nasrun, A. P., Nujum, S., & Sufri, M. (2022). Pengaruh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Mengatasi Kemiskinan Dan Pengangguran di Kota Makassar. *Tata Kelola Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 9(1), 78–87. <http://pasca-umi.ac.id/index.php/tata>

Novianti, A. D., Halim Anshor, A., Fauzan, M. I., Oktavia, R. W., Galih Ananta, S., & Hilman, M. (2024). *Pemanfaatan Desain Banner Guna Meningkatkan*

- Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Penjualan Pedagang Kaki Lima di Kampung Jarakosta*. 2, 156–163. <https://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jpp/>
- Nurdin, Hamdhana, D., & Iqbal, M. (2018). Aplikasi Quick Count Pilkada Dengan Menggunakan Metode Random Sampling Berbasis Android. *e-Journal Techsi Teknik Informasi*, 10(1), 141–154. <https://doi.org/10.29103/techsi.v10i1.622>
- Oktaviani, L., & Amaluis, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Dakak-Dakak Dapur Mas Di Pariangan. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 1(9), 81–90.
- Pematangsiantar, K. J. (2024). *Improving service quality to ensure business sustainability at bengkel zul keluarga jaya pematangsiantar*. 5(1), 45–58.
- Permata, A., & Bhakti, Y. B. (2020). Keefektifan Virtual Class dengan Google Classroom dalam Pembelajaran Fisika Dimasa Pandemi Covid-19. *JIPFRI (Jurnal Inovasi Pendidikan Fisika dan Riset Ilmiah)*, 4(1), 27–33. <https://doi.org/10.30599/jipfri.v4i1.669>
- Prayogi, J., Suroso, A. I., & Najib, M. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Tepung Terigu Kemasan Premium PT. XYZ. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 252–260. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.1.252>
- Prof. Dr. Ir. Amos Neolaka, M. P. (2019). *Isu-isu Kritis Pendidikan: Utama dan Tetap Penting Namun Terabaikan*. <https://books.google.co.id/books?id=Wb-NDwAAQBAJ>
- Purnamawati, N. L. A., Mitariani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Bandung. *Online Internasional & Nasional*, 1(3), 171–181. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Purnomo, H., & Riani, L. P. (2018). Analisis Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying Toko Daring pada Masyarakat Kota Kediri. *Ekspektra : Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2, 68–88. <https://doi.org/10.25139/ekt.v2i1.719>
- Putri, D., & Syamsiyah, N. R. (2021). Identifikasi Ketersediaan Fasilitas Sarana dan Prasarana di Kawasan Wisata Kuliner Pati. *Prosiding (SIAR) Seminar Ilmiah Arsitektur*, 216–225. <https://proceedings.ums.ac.id/index.php/siar/article/view/994>
- Raden Vina Iskandya Putri1, T. A. R. (2023). “Бсп За България” Е Под Номер 1 В Бюлетината За Вота, Герб - С Номер 2, Пп-Дб - С Номер 12. *Peran Kepuasan Nasabah Dalam Memediasi Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah*, 2(3), 310–324. <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>
- Rinata, Y. A. C., Mawasti, A., & Koesworo, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap

- Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Mie Gacoan Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 13(1), 13–24. <https://doi.org/10.33508/jumma.v13i1.5733>
- RIZKY EDHY KURNIAWAN PUTRA. (2020). *Kemasan Sebagai Promosi Gethuk Semar*.
- Rustanto, A. E., & Syah, D. O. (2022). Kualitas Pelayanan Perizinan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelaku Usaha UMKM Di Pulo Gadung Jakarta Timur. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(2), 318–326. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i2.70>
- Sabela, N. Y., & Pudjoprastyono, H. (2024). *Pentingnya Banner Dan Petunjuk Arah Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM " Batik Broyo "*. 4(6), 744–749.
- Salman, S., & Deniaty Sholihah, D. (2024). Pemanfaatan Desain Banner Guna Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2179–2184. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2536>
- Saputri, O., & Yulianty, F. (2024). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Mitra Lembaga Pengelola Dana Bergulir LPDB-KUMKM Satuan Tugas Jawa Barat*. 2(1), 845–851.
- Sari, N. (2024). *Analisis Promosi Offline yang Dimediasi Insentif Aktivitas Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Analysis of Offline Promotion Mediated by Marketing Activity Incentives on Purchasing Decisions*.
- Satriawan, M. I., & Hariani, M. (2025). *Pengaruh Lokasi , Keragaman Produk , Fasilitas dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Sedulur Tunggal Kopi (STK) Sidoarjo*. 01(05), 1348–1361.
- Selvia, N. (2022). The Effect of Cashless Payment Facilities in The Dipatiukur Culinary Area of Bandung City on Consumer Satisfaction. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO) |*, 3(2), 32–42. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Shelviana, M., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(1), 42–53. <https://doi.org/10.33061/jeku.v19i1.3948>
- Shofi, N. L., Swasti, I. K., & Manajemen, J. (2024). *MARKETING STRATEGY FOR MSMEs IN SIRAH KENCONG THROUGH BANNER*. 3(1), 81–86.
- Sholikah, Ainul; Fauji, Diah Ayu Septi; Purnomo, H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusat Oleh-Oleh GTT Kediri. *Simposium Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 203–212. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4637>
- Sirait, D. P. (2018). *PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP*

- KEPUASAN PELANGGAN (The Effect of Relationship Management and Service Quality on Customer Satisfaction). *Jurnal Digest Marketing*, 3(1), 79–85.
- Soedyafa, D. A., Rochmawati, L., & Sonhaji, I. (2020). Koefisien Korelasi (R) Dan Koefisien Determinasi (R²). *Jurnal Penelitian Politeknik Penerbangan Surabaya Edisi XXX*, 5(4), 289–296.
- Soleha, F., Rizal, M., & Wahyuningtiyas, N. (2024). Vol. 13. No. 01 ISSN : 2302-7061. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 627–638.
- Sosial, J. P., Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2018). Pengembangan Pari Wi Sata Berbasis S Masyarakat. *Focus:Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(3), 155–165.
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Suriyanti, S., Adiwijaya, A., Irma, I., & Indriani, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Hadji Kalla Bidang Layanan Purna Jual. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 239–247. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/4882%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/download/4882/3212>
- Surono, A., P. B. P. P., & Sukmaraga, A. A. (2021). Rebranding Umkm Kafe Kopiright Malang Berbasis Analisis Swot Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 2(1), 125–143. <https://doi.org/10.33479/sb.v2i1.136>
- Suyitno, & Khijatul Istiadah. (2018). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Crema Koffie. *Ecomant*, 5(1), 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>
- Syafira, A., & Rohman, A. (2024). Penerapan Strategi Promosi Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen Di Mie Marlina, Banyu Sangkah Tanjung Bumi Bangkalan. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 2(6), 1–21.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivivty*, 3(1), 7–12.
- Timothi, Y. ., & Dermawan, R. . (2024). Penggunaan Banner untuk Peningkatan Kesadaran Merek Pada UMKM Bakoel Kue Medokan Ayu Kota Surabaya. *Penggunaan Banner untuk Peningkatan Kesadaran Merek Pada UMKM Bakoel Kue Medokan Ayu Kota Surabaya*, 5(2), 1893–1897.
- Valentina, A., Rizal, M., & Hardiningtyas, R. T. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Media Sosial Tiktok. *e-Journal Riset Manajemen*, 12(2), 590–601.

- Vol, I. X. (2024). *Wisata Kuliner; Kepuasan Wisatawan; Fasilitas Utama; Fasilitas Penunjang; Fasilitas Pendukung*. 1(1), 1–14.
- Wahyuningtyas, N. T. (2017). Partisipasi Masyarakat Dalam Pemanfaatan Kawasan Monumen Simpang Lima Gumul Kediri. *Publika*.
- Waruwu, M., Natijatul, S., Utami, P. R., & Yanti, E. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan*. 10, 917–932.
- Widiastutik, R. (2019). Analisis Pengaruh Viral Marketing dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Religi Masjid Safinatun Najah). *Jurusan Teknik Kimia USU*, 5(1), 47–55.
- Widodo, A., & Azizi, M. Z. W. (2020). Integrasi Servqual Dan Six Sigma Untuk Peningkatan Kualitas Layanan Pelanggan Ukm Produk Kerajinan Kabupaten Rembang. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 19–34. <https://doi.org/10.34152/fe.15.1.19-34>
- Widyanto, A. R. I., Seni, F., & Dan, R. (2019). *Perancangan Visual Branding Dan Promosi Event Sepasma (Sepasar Ing Madiun)*.
- Winarno, S., Mananeke, L., & Ogi, W. . I. (2018). Analisis Pelayanan Konsumen Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal Emba*, 6(3), 1248–1257.
- Witjaksono, I. A. M. S. S. I. A. D. (2023). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 1370–1385.
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 94–102. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>
- Yusup, M., & Ahmad, A. (2025). *Desain Logo sebagai Brand Image pada Digital Marketing Produk UMKM dengan Metode (HCD) Human Centered Design di Desa Pematang Serai*. 5(April), 7–17.
- Zahra, S. (2022). Definisi, Kriteria, dan Konsep UMKM. *Osfpreprints*, 90500120021, 1–13.
- Zahroh, L. A., Rahman, N., Nisa, K., Hariani, M., & Bandar, A. (2025). *OPTIMALISASI PROMOSI UMKM MELALUI PEMBERIAN LABEL*. 3(3), 158–164.