

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, H. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Adji, J., Hatane, & Siwalankerto. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Pembelian di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–10.
- Ahyuni, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Ulang Jasa Transportasi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 6(2).
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Almira. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat menggunakan jasa transportasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 85–94.
- Ana Arisqa, V. D. Y. (2019). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 05(01), 13–22.
- Anggraini, A., Pratiwi, M., Santoso, A., & Setiawan, F. (2024). Pengaruh Service Quality , Perceived Usefulness dan E-Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1026–1031. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1341>
- Ari Prabowo, Ety Sri Wahyuni, Yahya Tanjung, M. Rizky Wijaya, A. A. A. (2025). *Manajemen Pemasaran (Strategi Pemasaran Era Digital: Menguasai Tren dan Teknologi Sebagai Konsep Baru Meningkatkan Penjualan)*. Payakumbuh: Serasi Media.

- Didin Fatihudin, A. F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)*. Sleman: Deepublish.
- Ferrinadewi. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Sleman: Graha Ilmu.
- Fitria Halim, D. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ghozali, Imam dan Latan, H. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, L. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harsanti, P. K., & Dewi, N. I. K. (2017). Pengaruh kepercayaan dan promosi terhadap minat menggunakan jasa travel. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(1), 23–32.
- Haryanto, R. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta: Permada.
- Hasibuan. (2017). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. . (2007). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, F. (2019). Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen dan*

Kewirausahaan, 7(2).

Ilham, M., & Oentoeng, I. F. C. (2024). The Influence of Consumer Trust and Satisfaction Towards Consumer Loyalty Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Tri Bhakti*, 3(1), 94–103.

Jasfar, F. (2012). *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.

Keller, K. dan. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Keller, K. dan. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotimah. Aldona Olivia Zanuary, Y. A. S. (2024). Relasi Pemasaran dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen. *EKSYA : Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 2(1), 35–43.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi Bahasa Indonesia)*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi Indonesia)*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.

Kurniawan, R. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dan Minat Penggunaan Ulang Jasa Transportasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 8(3).

Latan, I. G. dan G. (2021). *Analisis Partial Least Square Studi pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Medan: Merdeka Kreasi Group.

- Latan, I. G. dan H. (2021). *Analisis Partial Least Square Studi pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Manunggal, P. W. P. (2015). Informasi perusahaan jasa transportasi darat di Kabupaten Ponorogo.
- Mella Anisa, Wahyu Puji Lestari, Sri Murdaningrum, Anggoro Widyapuji Putro, E. I. (2025). Tourism Satellite Account Indonesia 2019–2023 Indonesia Tourism Satellite Account 2019–2023. *Badan Pusat Statistik BPS-Statistics Indonesia*.
- Nikous Soter Sihombing, Rukaiyah, AbduH Idris, Rahmat Laan, S. H. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Banyumas: PT. Pena Persada Kerta Utama.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Peby Kurniawan, Yohny Anwar, A. J. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Selat Media.
- Prasetyo, M. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang Jasa Transportasi Online. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(1).
- Putri. (2015). Influence of Trust and Customer Satisfaction on Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Rudy Irwansyah, Khanti Listya, Amanda Setiorini, I. M. H. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bakti Persada Bandung.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBP Indonesia.
- Setyaningrum, U. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Jasa Transportasi di Kabupaten Ponorogo. *urnal*

Ekonomi dan Bisnis, 10(1).

- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E- Commerce Di Indonesia. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119.
<https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp111-119>
- Sopi. (2024). Pengaruh kepercayaan, promosi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat menggunakan jasa transportasi. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(2), 101–112.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Ke-26). Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sundari, E. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: UIR Press.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tia Rismaya, Ujang Buchori Muslim, H. A. S. (2020). Analisis Mengenai Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada E-Commerce Ditinjau dari Sudut Pandang Syariah (Studi Pada Pengguna Shopee). *Sahid Business Journal*, 1(1).
- Tino Yose Aldila, Sulaiman Helmi, Fitriasuri, D. M. (2025). The Influence of

- Customer Experience and Brand Trust on Repurchase Intentions by Moderating Sales Promotions at PT Wika Beton Region II. *SinergiInternational Journal of Management and Busines*, 3(2).
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019a). *Startegi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019b). *Strategi pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi.
- Tonny Hendratono, A. D. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Travel Agent Traveloka di Jakarta. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3(2), 362–374.
- Trans, C. (2025). Daftar Alamat Agen Travel di Ponorogo Terlengkap. Diambil dari Citra Trans website: <https://www.citratrans.com/agen-travel-ponorogo/>
- Tsania Hilmii Luthfiyyah, H. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonom*, 22(1), 106–112.
- Wa Ode Melly Samarinda, Muh.Nasir Andi Basso, R. T. L. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket pada Travel Abdillah Kampus Baru Uho Kendari. *Sultra Journal Of Economic and Business*, 5(2), 223–231.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima

Agus Teknik.

Zusrony, E. (2022). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Malang: Rena Cipta Mandiri.

Abdillah, H. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Adji, J., Hatane, & Siwalankerto. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Pembelian di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–10.

Ahyuni, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Ulang Jasa Transportasi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 6(2).

Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Almira. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat menggunakan jasa transportasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 85–94.

Ana Arisqa, V. D. Y. (2019). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 05(01), 13–22.

Anggraini, A., Pratiwi, M., Santoso, A., & Setiawan, F. (2024). Pengaruh Service Quality , Perceived Usefulness dan E-Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1026–1031.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1341>

Ari Prabowo, Etty Sri Wahyuni, Yahya Tanjung, M. Rizky Wijaya, A. A. A. (2025). *Manajemen Pemasaran (Strategi Pemasaran Era Digital: Menguasai Tren dan*

- Teknologi Sebagai Konsep Baru Meningkatkan Penjualan*). Payakumbuh: Serasi Media.
- Didin Fatihudin, A. F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)*. Sleman: Deepublish.
- Ferrinadewi. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Sleman: Graha Ilmu.
- Fitria Halim, D. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ghozali, Imam dan Latan, H. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, L. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harsanti, P. K., & Dewi, N. I. K. (2017). Pengaruh kepercayaan dan promosi terhadap minat menggunakan jasa travel. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(1), 23–32.
- Haryanto, R. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta: Permada.
- Hasibuan. (2017). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. . (2007). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta:

- Bumi Aksara.
- Hidayat, F. (2019). Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2).
- Ilham, M., & Oentoeng, I. F. C. (2024). The Influence of Consumer Trust and Satisfaction Towards Consumer Loyalty Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Tri Bhakti*, 3(1), 94–103.
- Jasfar, F. (2012). *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Keller, K. dan. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. dan. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotimah. Aldona Olivia Zanuary, Y. A. S. (2024). Relasi Pemasaran dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen. *EKSYA : Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 2(1), 35–43.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi Bahasa Indonesia)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi Indonesia)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kurniawan, R. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dan Minat Penggunaan Ulang Jasa Transportasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 8(3).
- Latan, I. G. dan G. (2021). *Analisis Partial Least Square Studi pada Perusahaan*

- Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Latan, I. G. dan H. (2021). *Analisis Partial Least Square Studi pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Manunggal, P. W. P. (2015). Informasi perusahaan jasa transportasi darat di Kabupaten Ponorogo.
- Mella Anisa, Wahyu Puji Lestari, Sri Murdaningrum, Anggoro Widyapuji Putro, E. I. (2025). Tourism Satellite Account Indonesia 2019–2023 Indonesia Tourism Satellite Account 2019–2023. *Badan Pusat Statistik BPS-Statistics Indonesia*.
- Nikous Soter Sihombing, Rukaiyah, AbduH Idris, Rahmat Laan, S. H. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Banyumas: PT. Pena Persada Kerta Utama.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Peby Kurniawan, Yohny Anwar, A. J. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Selat Media.
- Prasetyo, M. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang Jasa Transportasi Online. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(1).
- Putri. (2015). Influence of Trust and Customer Satisfaction on Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Rudy Irwansyah, Khanti Listya, Amanda Setiorini, I. M. H. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bakti Persada Bandung.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBP Indonesia.

- Setyaningrum, U. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Jasa Transportasi di Kabupaten Ponorogo. *urnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1).
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E- Commerce Di Indonesia. *JIMEA : Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp111-119>
- Sopi. (2024). Pengaruh kepercayaan, promosi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat menggunakan jasa transportasi. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(2), 101–112.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Ke-26). Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sundari, E. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: UIR Press.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tia Rismaya, Ujang Buchori Muslim, H. A. S. (2020). Analisis Mengenai Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada E-Commerce Ditinjau dari Sudut Pandang Syariah (Studi Pada Pengguna

- Shopee). *Sahid Business Journal*, 1(1).
- Tino Yose Aldila, Sulaiman Helmi, Fitriasuri, D. M. (2025). The Influence of Customer Experience and Brand Trust on Repurchase Intentions by Moderating Sales Promotions at PT Wika Beton Region II. *SinergiInternational Journal of Management and Busines*, 3(2).
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019a). *Startegi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019b). *Strategi pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi.
- Tonny Hendratono, A. D. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Travel Agent Traveloka di Jakarta. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3(2), 362–374.
- Trans, C. (2025). Daftar Alamat Agen Travel di Ponorogo Terlengkap. Diambil dari Citra Trans website: <https://www.citratrans.com/agen-travel-ponorogo/>
- Tsania Hilmii Luthfiyyah, H. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonom*, 22(1), 106–112.
- Wa Ode Melly Samarinda, Muh.Nasir Andi Basso, R. T. L. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket pada Travel Abdillah Kampus Baru Uho Kendari. *Sultra Journal Of Economic and*

- Business*, 5(2), 223–231.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Zusrony, E. (2022). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Malang: Rena Cipta Mandiri.

