

DAFTAR PUSTAKA

- Admin media. 2022. "Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan." *Creator Media*.
- Amaliah Alya. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Makassar Maju Di Makassar Alya." *Skripsi*.
- Ansofino, jolianis, Yolamilanda, and Hagi Arfilindo. 2016. *Ekonometrika*. Vol. 1. 1st ed.
- Darmawan, Donny, and Langgeng Sri Handayani. 2021. *Pengaruh kualitas produk, harga, dan digital marketing terhadap kepuasan pelanggan produk ms glow beauty*.
- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian / Fandy Tjiptono*. Vol. 10. 1st ed. edited by Tjiptono Fandy. Fandy Tjiptono, 1972-. (2014.). Pemasaran jasa : prinsip, penerapan, dan penelitian / Fandy Tjiptono. Yogyakarta :: Andi,,: Andi Yogyakarta.
- Hamid Darmadi. 2014. "Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial : (Teori Konsep Dasar Dan Implementasi) / Hamid Darmadi." *Bandung : Alfabeta, 2014* 1.
- Kepuasan, Konsep, Philip Kotler, and A. Biografi. 2007. *BAB II*.
- Kusuma, and dan AHutasoit, Posma S. Sahabuddin. 2022. *Strategi digital marketing pada usaha mikro dan menengah (umkm) di masa pandemi covid-19 melalui pendekatan pemberdayaan ekonomi rakyat*. Vol. 3.
- Dermawansyah1, Reza Muhammad Rizqi2. n.d. "Analisis strategi komunikasi pemasaran." *Jurnal manajemen ekonomi dan bisnis "analisis strategi komunikasi pemasaran melalui digital marketing pada home industri kopi cahaya robusta sumbawa."*

- Nazir, Moh, and Risman Sikumumbang. 2009. *Nazir, Moh.; Risman Sikumumbang. (2009.). Metode Penelitian / Moh. Nazir; Editor, Risman Sikumumbang. Bogor :: Ghalia Indonesia,.*
- Ningrum P, R, Eka. 2021. "Strategi digital marketing meningkatkan nasabah muamalat kantor cabang kediri pada masa pandemi covid-19." *Skripsi.*
- Novi Fuji Astuti. 2021. "Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli, Berikut Strategi Dan Fungsinya." *Merdeka Jabar*, April 29.
- philip kotler, kevin lane keller. 2009. "Manajemen Pemasaran." Pp. 1–346 in *Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, edited by Adi Maulana and wibi hardani. jakarta: erlangga.
- Rahman, Sundari, P. *. Manajemen, Sekolah Tinggi, Ilmu Ekonomi Makassar, and Maju Abstrak. 2022. "YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Dimediasi Tingkat Kepuasan Konsumen Pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, TBK Cabang Makassar." *YUME : Journal of Management* 5(2):385–405. doi: 10.37531/yume.vxix.345.
- Saputra, Gede Wisnu, and I. Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2020. "Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9(7):2596. doi: 10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07.
- Sidi, Agus Purnomo, Dosen Stie, and Asia Malang. n.d. *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan digital marketing terhadap loyalitas pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kedai Hj.S Jl. Kesumba Kota Malang).*
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi Dan R & D*. Vol. 2. 3rd ed.
- Thamrin S Irmayanti. 2017. "pengaruh kualitas pelayanan terhadap."

Yusa, Mochammad, Asep F. Sofwan Alqap, and Nurul Hidayati. 2021. "analisis tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan akademik di fakultas teknik universitas bengkulu." 18:103. doi: 10.26487/jbmi.v18i2.14104.

Zainuddin, Zainuddin (2015). 2016. "efektivitas penerapan model direct instruction dalam meningkatkan kompetensi dasar keilmuan mahasiswa pada perkuliahan fisika dasar II." *Http://Eprints.Ulm.Ac.Id/*.

L
A
M
P
I
R
A
N

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Maju)”

Perihal : Permohonan Pengisian Responden

Lampiran : 5 Lembar

Kepada

Responden

Dengan Hormat,

Sehubung dengan terlaksananya penelitian dalam rangka memenuhi dan menyelesaikan tugas akhir pada penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Maju)”. Departemen Manajemen pada kampus Universitas Hasanuddin. Maka dengan hormat dan segala kerendahan hati. Peneliti memohon kesediaan responden untuk mengisi kuesioner ini. Atas kesediaan dan kerjasamanya peneliti ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Makassar, 16 September 2022

Andi Farhan Fachreza Putra

Yusran

A021181511

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Mohon kuesioner diisi oleh Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab seluruh pernyataan yang telah disediakan.
2. Berilah tanda silang (√) pada kolom jawaban yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, tidak ada jawaban yang salah. Oleh sebab itu, usahakan agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
4. Saya ucapkan terimakasih banyak kepada Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah bersedia menjadi responden guna mensukseskan penelitian ini.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki perempuan
3. Usia :

KETERANGAN ALTERNATIF JAWABAN:

- 5 = Sangat Setuju (SS)
- 4 = Setuju (S)
- 3 = Ragu-Ragu (RR)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

A. *Digital Marketing* (X₁)

| No | Pernyataan | Jawaban | | | | |
|----|---|---------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | RR | TS | STS |
| 1. | Menurut anda dengan adanya website dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa. | | | | | |
| 2. | Dalam meningkatkan kepercayaan diri | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| | terdapat optimasi mesin pencari dianggap begitu penting. | | | | | |
| 3. | Dengan menyediakan periklanan berbasis via pencarian berbayar begitu mendukung faktor <i>digital marketing</i> dan kualitas pelayanan. | | | | | |
| 4. | Selama pemasaran afiliasi dan kemitraan strategis maka tidak akan mengganggu profit yang akan diperoleh. | | | | | |
| 5. | Semakin tinggi hubungan masyarakat basis online maka semakin baik kepuasan mahasiswanya. | | | | | |
| 6. | Jejaringan social sekarang ini telah mendara daging untuk mahasiswa. | | | | | |
| 7. | Jika terdapat email pribadi dan email pemasaran maka akan sangat membantu jalannya pemasaran lebih terstruktur. | | | | | |
| 8. | Pengetahuan mengenai manajemen hubungan konsumen sangat penting dalam bidang ini untuk memperoleh kepuasan mahasiswa maupun konsumen yang lainnya. | | | | | |

B. Kualitas Layanan (X₂)

| No | Pernyataan | Jawaban | | | | |
|----|--|---------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | RR | TS | STS |
| 1. | Produk-produk yang dipasarkan tentunya memiliki nilai kelayakan pakai yang sangat menjanjikan. | | | | | |
| 2. | Dalam meningkatkan Kualitas | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| | Layanan penting untuk memperlihatkan kehandalan setiap pelayanan yang diberikan. | | | | | |
| 3. | Daya tanggap pelanan harus siggap. | | | | | |
| 4. | Terdapat barang yang berkualitas baik sehingga pembeli atau konsumen merasa adanya jaminan rasa puas ketika melakukan pembelian. | | | | | |
| 5. | Terdapat pemberian potongan harga jika konsumen melakukan pembelian lebih banyak. | | | | | |

C. Kepuasan Mahasiswa (Y)

| No | Pernyataan | Jawaban | | | | |
|----|---|---------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | RR | TS | STS |
| 1. | Kepuasan mahasiswa akan tercapai jika harapannya terpenuhi setelah melakukan pembelian barang atau menggunakan jasa. | | | | | |
| 2. | Pada umumnya setelah melakukan pembelian dan pemakaian suatu produk jika dampaknya baik maka konsumen akan memiliki keinginan untuk menggunakan produk tersebut berulang kali. | | | | | |
| 3. | Setelah berpengalaman dalam melakukan pembelian dan penggunaan produk merekomendasikan produk yang sama kepada orang terdekat tidak lagi dipungkiri akan terjadi dengan sendirinya. | | | | | |