



Jurnal Manajemen Pemasaran

Analisis Pengaruh Dampak Tata Rung Kota dan Antusias Masyarakat dalam Menggunakan *Mass Rapid Transit* (MRT) Terhadap Pengurangan Kemacetan DKI Jakarta (Lebak Bulus-Hotel Indonesia)

Ana Ramadhayanti

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Passenger Satisfaction* dan *Passenger Loyalty* pada Layanan Travel di Nusa Tenggara Timur

Richardus Klaris Edwin, Dhyah Harjanti

Hubungan *Brand Experience*, *Brand Image*, *Brand Satisfaction*, dan *Brand Loyalty* dalam Pespektif *Four-Stage Loyalty Model* (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna *Smartphone* di Tarakan)

Rahmat, Marso

Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen pada Produk *Fast Fashion*

Ratih Indriyani, Atita Suri

Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable pada E-Commerce Shopee

Edwin Japariato, Stephanie Adelia

Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Bondowoso

Yayuk Indrasari

Jurnal Manajemen Pemasaran	Vol. 14	No. 2	Hlm. 1-50	Surabaya April 2020	p-ISSN 1907-235X e-ISSN 2597-615X
-------------------------------	---------	-------	-----------	------------------------	--------------------------------------



Jurnal Manajemen Pemasaran

Dewan Penyunting

Ketua : Prof. Dr. Hatane Samuel, M.S.

Wakil Ketua : Edwin Japariato, S.E., M.M.

Anggota : Dr. Hartono Subagio, S.E., M.M.
Dr. Michael Adiwijaya, S.E., M.A.
Diah Dharmayanti, S.E., M.Si.
Dr. Ir. Hotlan Siagian, M.Sc.

Staf Administrasi : Sumarno

Alamat Sekretariat: **Pusat Penelitian**
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
Telp. 031-8439040, 8494830-31, psw. 3139, 3147, Fax. 031-8436418
E-mail: puslit@peter.petra.ac.id
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar>

Diterbitkan oleh : Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Kristen Petra – Surabaya



Jurnal Manajemen Pemasaran

DAFTAR ISI

ANALISIS PENGARUH DAMPAK TATA RUNG KOTA DAN ANTUSIAS MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN <i>MASS RAPID TRANSIT</i> (MRT) TERHADAP PENGURANGAN KEMACETAN DKI JAKARTA (LEBAK BULUS-HOTEL INDONESIA) Ana Ramadhayanti	1-7
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI <i>PASSENGER SATISFACTION</i> DAN <i>PASSENGER LOYALTY</i> PADA LAYANAN TRAVEL DI NUSA TENGGARA TIMUR Richardus Klaris Edwin, Dhyah Harjanti	8-16
HUBUNGAN <i>BRAND EXPERIENCE</i> , <i>BRAND IMAGE</i> , <i>BRAND SATISFACTION</i> , DAN <i>BRAND LOYALTY</i> DALAM PESPEKTIF <i>FOUR-STAGE LOYALTY MODEL</i> (STUDI TERHADAP MAHASISWA PENGGUNA <i>SMARTPHONE</i> DI TARAKAN) Rahmat, Marso	17-24
PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MOTIVASI KONSUMEN PADA PRODUK <i>FAST FASHION</i> Ratih Indriyani, Atita Suri	25-34
PENGARUH TAMPILAN WEB DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI INTERVENING VARIABLE PADA E-COMMERCE SHOPEE Edwin Japarianto, Stephanie Adelia	35-43
EFESIENSI SALURAN DISTRIBUSI PEMASARAN KOPI RAKYAT DI DESA GENDING WALUH KECAMATANSEMPOL (IJEN) BONDOWOSO Yayuk Indrasari	44-50