

DAFTAR PUSTAKA

- Adiguna, A. J., Gabriel, D. S., Pamungkas, S. B., Farizal, dan Rahman, I. (2014). *Pengembangan Model Persamaan Struktural untuk Menilai Kegunaan Informasi pada Kemasan Plastik Ramah Lingkungan*. Skripsi. Universitas Indonesia.
- Arumingtyas, O., Subiyanto, S., dan Firdaus, H. S. (2019). *Analisis Faktor Aksesibilitas, Fasum, dan Fasos terhadap Harga Bidang Tanah serta Visualisasi Berbasis WebGIS (Studi Kasus: Kelurahan Tlogosari Kulon, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang)*. *Jurnal Geodesi Undip (JGU)*, Vol. 8, No. 4, Hal. 165–174.
- Assauri, S. (2013). *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Astuti, R., Ardila, I., dan Lubis, R. R. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse*. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, Vol. 2, No. 2, Hal. 204–219.
- Atmoko, T. P. H. (2018). *Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta*. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality, and Recreation*, Vol. 1, No. 2, Hal. 83–96.
- Bahri, S., Marsudi, dan Fitriasari, F. (2021). *Analisis Perbandingan Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan dan Kober Mie Setan di Kota Malang*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang.

- Basuki, A. T. dan Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chaniago, H. (2020). *Analysis of Service Quality, Products Quality, and the Price on Nano Store Consumers' Loyalty*. International Journal Administration, Business, and Organization, Vol. 1, No. 2, Hal. 59–69.
- Dachi, A. (2020). *Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Pengguna Mobil Toyota Calya di Kota Bogor dan Bekasi*. JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan, Vol. 4, No. 2, Hal. 120–129.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., dan Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Dawes, J. (2008). *Do Data Characteristics Change According to the Number of Scale Points Used? An Experiment Using 5-Point, 7-Point, and 10-Point Scales*. International Journal of Market Research, Vol. 50, No. 1, Hal. 61–77.
- Dhamayanti, S. K. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia pada PT. Pegadaian di Jakarta*. Jurnal Portofolio: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 2, No. 1, Hal. 87–100.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Yogyakarta: Quadrant.

- Garaika dan Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan: CV Hira Tech.
- Griffin, R. W. dan Ebert, R. J. (2007). *BISNIS, Edisi 8, Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Handoko, B. (2017). *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 18, No. 1, Hal. 61–72.
- Harahap, B. I., Nazer, M., dan Andrianus, F. (2020). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen dalam Belanja Online di Kota Solok*. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, Vol. 11, No. 1, Hal. 1–9.
- Irawan, A. dan Waluyo, M. (2020). *Analisis Model Hubungan Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Provider Telkomsel di Kota Surabaya Menggunakan Structural Equation Modeling (SEM)*. *Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*, Vol. 1, No. 6, Hal. 13–24.
- Irawan, I. A. dan Kamil, I. (2022). *Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia Ditinjau dari Pengaruh Faktor Promosi Penjualan, Brand Image, dan Harga*. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan (JPMK)*, Vol. 2, No. 2, Hal. 9–18.
- Jefkins, F. dan Yadin, D. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kasmad. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak pada Loyalitas Konsumen Pedagang Ayam Potong di Pasar Wilayah Tangerang Selatan Produksi PT. Ra Chick*

Tangerang Selatan. JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan), Vol. 5, No. 11, Hal. 4997–5005.

Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Penerbit Indeks.

Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid. 1, Ed. 13*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kuncoro, M. (2010). *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kusuma, A. Y., Chamariyah, dan Subijanto. (2022). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk yang Dimediasi oleh Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Minimarket Indomaret Wilayah Sampang)*. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, Vol. 1, No. 3, Hal. 189–205.

Lubis, F. S., Rahima, A. P., Umam, M. I. H., dan Rizki, M. (2019). *Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru*. *Jurnal Sains, Teknologi, dan Industri*, Vol. 16, No. 2, Hal. 25–31.

Malhotra, N. K. (2006). *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey: Prentice Hall.

Mardia, Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., Sulasih, Tanjung, R., Irdawati, Tjahjana, D., Sudarso,

- A., Tjiptadi, D. D., dan Weya, I. (2021). *Strategi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Mokhtar, S. S. M. dan Yusr, M. M. (2016). *Exploring the Antecedents of Customer Loyalty in the Malaysian Retail Sector*. *International Review of Management and Marketing*, Vol. 6, No. 3, Hal. 577–583.
- Pramono, W. dan Adiwijaya, M. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Lion Air*. *AGORA: Jurnal Mahasiswa Business Management*, Vol. 7, No. 2, Hal. 1–6.
- Putri, N. dan Sari, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Lazatto di Sukabumi 2021*. *e-Proceeding of Management*, Vol. 10, No. 1, Hal. 238–247.
- Rahmah, R. M. dan Supriyono. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, Vol. 3, No. 4, Hal. 2352–2359.
- Rahmaniar, Haris, A., dan Martawijaya, M. A. (2015). *Kemampuan Merumuskan Hipotesis Fisika pada Peserta Didik Kelas X MIA SMA Barrang Lompo*. *Jurnal Pendidikan Fisika Universitas Muhammadiyah Makassar*, Vol. 3, No. 3, Hal. 231–240.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Rez fajri, M., Kurnia, D. P., dan Suyono. (2021). *Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen di PT. Mura Maha Agung, Pekanbaru*. LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan, Vol. 1, No. 1, Hal. 62–73.
- Rifkhan. (2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Rizka, A. (2021). *Sisi demi Sisi J.Co dan Dunkin' Donuts dalam Pertarungan Abadi Donat Fancy*. Diakses pada 15 Februari 2023 dari <https://mojok.co/pojokan/sisi-demi-sisi-j-co-dan-dunkin-donuts-dalam-pertarungan-abadi-donat-fancy/>
- Santosa, A. T. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan E-WOM terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung)*. Jurnal Manajemen Maranatha, Vol. 18, No. 2, Hal. 143–158.
- Santoso, J. B. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Geprek Bensu Rawamangun)*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen, Vol. 16, No. 1, Hal. 127–146.
- Sembiring, R. K. (1995). *Analisis Regresi*. Bandung: ITB.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., dan Nujiyatillah, S. (2022). *Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen pada Smartphone: Harga dan Promosi*. Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS), Vol. 3, No. 1, Hal. 301–313.

- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Sidi, A. P. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Digital Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Kedai Hj.S Jl. Kesumba Kota Malang)*. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, Vol. 12, No. 1, Hal. 1–8.
- Sonatasia, D., Onsardi, dan Arini, E. (2020). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong*. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, Vol. 1, No. 1, Hal. 11–25.
- Stanton, W. J. (1994). *Fundamentals of Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Sunaryo, S., Setiawan, dan Siagian, T. H. (2011). *Mengatasi Masalah Multikolinearitas dan Outlier dengan Pendekatan ROBPCA (Studi Kasus Analisis Regresi Angka Kematian Bayi di Jawa Timur)*. *Jurnal Matematika Sains dan Teknologi (JMST)*, Vol. 12, No. 1, Hal. 1–10.
- Surbakti, A. (2022). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menjadi Nasabah pada Perusahaan Asuransi*. *SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Teknologi*, Vol. 2, No. 2, Hal. 215–220.
- Suryatman, T. H., Kosim, M. E., dan Samudra, G. E. (2021). *Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas di PT. Panarub Industry*. *Journal Industrial Manufacturing*, Vol. 6, No. 1, Hal. 43–56.

- Swashta, B. dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Syamruddin. (2018). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dan Prospek Bisnis pada Toko Online "X"*. Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora, Vol. 1, No. 1, Hal. 253–266.
- Tranggono, D., Putri, A. N., dan Juwito. (2020). *Pengaruh Terpaan Iklan Nacific di Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific pada Followers Akun @nacificofficial.id*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 10, No. 2, Hal. 141–155.
- Utomo, D. P. dan Khasanah, I. (2018). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Pelanggan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Super Sambel Semarang Cabang Lamper)*. Diponegoro Journal of Management, Vol. 7, No. 4, Hal. 1–11.
- Uyun, M., Eva, N., dan Yoseanto, B. L. (2021). *Confirmatory Factor Analysis untuk Penelitian Psikologi dengan Amos dan SmartPLS*. Tangerang: PT Human Persona Indonesia.
- Waluyo, M. (2005). *Structural Equation Modelling untuk aplikasi model dalam penelitian Teknik Manajemen Industri dan Manajemen, Jilid 3*. Surabaya: Yayasan Humaniora.
- Waluyo, M. (2016). *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos dalam Aplikasi (SEM)*. Surabaya: UPN "Veteran" Jawa Timur.

- Waluyo, M. dan Rachman, M. (2020). *Mudah Cepat Tepat dalam Aplikasi Structural Equation Modeling (Edisi Revisi)*. Batu: Penerbit Literasi Nusantara.
- Wardani, E. K., Hartono, dan Hidayat, M. S. (2022). *Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Gartenhutte Cafe Trawas*. JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi, Vol. 1, No. 3, Hal. 251–262.
- West, G. P. dan Bamford, C. E. (2010). *Strategy: Sustainable Advantage and Performance*. Australia: South-Western Cengage Learning.
- Wijanto, S. H. (2008). *Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.8: Konsep dan Tutorial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wiyata, M. T. dan Kusnara, H. P. (2022). *Analisis Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Surganya Motor Indonesia Bandung*. Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 11, No. 3, Hal. 1526–1533.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., dan Parasuraman, A. (1993). *The Nature and Determinant of Customer Expectation of Service*. Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 21, No. 1, Hal. 1–12.