

Daftar Pustaka

- Amanda, N. F., Andini, R., & Manurung, E. R. (2020). Analisis Konsep Pemasaran Yang Digunakan Oleh Para pedagang. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 287-294. doi:10.30596
- Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. *Wawasan manajemen*, 7(1), 17-32. doi:10.20527
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN JASA Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan* (1 ed.). Sleman: DEEPUBLISH. Retrieved from ISBN:978-623-209-206-8
- Finthariasari, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, DISPLAY LAYOUT, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 149-159. doi:<https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2>
- Ghassani, M. T. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG BANDENG JUWANA VACCUM MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Journal Social and Political Science*, 1-8. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/60199>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2015). *Dasar-Dasar Ekonometrika. Buku II* (5th ed.). Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Hasan, A. (2014). *Marketing & Kasus - Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS (Center for Accademic Publishing Service).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1 ed.). Surabaya: UNITOMO PRESS. Retrieved from ISBN: 978-623-91788-2-6
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. (cetakan 12 1st ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Irawan, H. T., & Pamnungkas, L. (2019). PENETAPAN HARGA JUAL BATU BATA PADA UD. BATA JAYA DENGAN MENGGUNAKAN METODE TARGET PROFIT PRICING. *Optimalisasi*, 5(1), 1-9. doi:10.35308
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Vol. 12). Jakarta: Erlangga.
- Munandar, R. A. (2017). *PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survey pada Konsumen Distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung)*. Bandung: Universitas Pasundan. Retrieved from <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/30459>
- Musa, B., & Rotinsulu, J. J. (2019). PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, LOKASI TERHADAP OMZET PENJUALAN TELUR AYAM PADA PT. PANDU PRIMA MANADO. *JURNAL EMBA*, 7(3), 2701-2710.

- Novia, C., & Andarini, S. (2019, 10 2). ANALISIS KOMPARASI PERSEPSI KONSUMEN PENGGUNA OJEK ONLINE GO-RIDE DAN GRAB BIKE. *JURNAL BISNIS INDONESIA*, 10, 224-237. Retrieved from <http://www.ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/1789>
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. (Sukarno, Ed.) Semarang: Sukarno Pressindo.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep & Strategi Pemasaran*. Makassar: CV SAH MEDIA.
- Sudirman, A., Efendi, & Harini, S. (2020). Kontirbusi Harga dan kepercayaan untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi. *Business and Banking*, 9(2), 323-335. doi:10.14414/jbb.v9i2.2078
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suyanto, & Siswanto. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi: Kualitatif & Kuantitatif Pada Penelitian Tindakan (PTK & PTS)*. Klaten: Boss Script.
- Ulumuddin, Y. I. (2021). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TERAS RUMAH CAFÉ SURABAYA. *Bisnis Indonesia*, 42-52. Retrieved from <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/3105>
- Wibisono, E. S. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN UD. RIZKY BAROKAH DI BALONGBENDO*. Surabaya: UBHARA Repository. Retrieved from <http://eprints.ubhara.ac.id/id/eprint/511>
- Yuliara, I. M. (2020). *Regresi Linier Berganda*. Module, Universitas Udayana Bali. Retrieved from https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.pdf