

DAFTAR PUSTAKA

- Adadi, M. S. (2022). Pengaruh Harga dan Kulaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 13(1), 24–34. <https://doi.org/10.55606/optimal.v2i3.459>
- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, Yusuf, M., Yulianah, S., Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni, A. A. C., Endrawati, B. F., Suhadarliyah, Armiani, Andayani, S. U., & Tabun, M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Seval Literindo Kreasi.
- Amananta, S. (2024). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Optik Sahabat Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akutansi*, 2(6), 699–708.
- Amin, N. F., Garancang, S. G., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Asmin, E. A., Syam, A. H., Kapriani, Normiyati, Sujatmiko, Sitaniapessy, R. H., Sudirman, A., Agustinah, F., Ansari, Zulaikha, Hafipah, Wardhana, A., & SSumarsih. (2021). Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing). In *Media Sains Indoneesia*. Media Sains Indonesia.
- Azzahra, R., Wuryandini, E., & Yunus, M. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Pada Warung Geprek Abang Joo Jalan Gajah Raya Semarang. *FPIPSKR Universitas PGRI Semarang*, 1330–1340.
- Baskara, R. F., Mardiatmi, B. D. A., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh

- Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Traveloka. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1645–1659.
- Brillianny, E., & Nomleni, A. P. W. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser , Citra Merek Dan Kepercayaan Merek. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 72–77.
- Chotimah, N., Ansila, Y. V., & Syarun, M. (2022). Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Ikat Sikka. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(2), 65–75. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v2i2.95>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Global RCI.
- Fasha, F. A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaram (Dasar dan Konsep)*. Penerbit Qiara Media.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Gunawan, Deermawan, A. A., Ma'sum, H., Mapata, D., Khotimah, K., Sumarsih, Makhfudi, Solihin, S. A., Trimurti, C. P., Tariigan, H., Sarusu, A. M., Adinegara, G. N. J., Nurhayati, S., Sahudi, Realino, D., Manurung, S. P., Basyirah, Pramestidewi, C. A., & Rabani, B. (2020). *Digital Marketing*

(*Strategi Pemasaran Pada Era Digital*). Media Sains Indonesia.

Hamdali, R. N., & Melinda, T. (2021). Analisis Pengaruh Service Marketing Mix 7P Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Kozko Digital Printing Surabaya. *Media Mahardhika*, 20(1), 37–49. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v20i1.316>

Hartini, Sudirman, A., & Wardhana, A. (2022). Bauran Pemasaran 4P dan 7P. In *Media Sains Indonesia*. Media Sains Indonesia.

Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437–450. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>

Husna, F. M. (2024). Penerapan Digital Marketing dan Promosi Pada Perusahaan PT . Penawar Legenda Maju. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1), 76–91.

Izza, E. N., Islamiyyah, D. T. I., Ardiansyah, R. M., Sajda, J. R., & Amrozi, Y. (2023). Analisis Perbandingan Penggunaan Perangkat Lunak Analisis Data SEM-PLS dan AMOS Grafis. *Jurnal THEOREMS (The Original Research of Mathematics)*, 16(2), 127–136. <http://jurnal.unimus.ac.id>

Junaedi, & Wahab, A. (2023). Hipotesis Penelitian dalam Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan*, 6(2), 142–146. <https://doi.org/10.56467/jptk.v6i2.98>

Junaidi. (2021). Aplikasi AMOS dan Structural Equation Modeling (SEM). In *UPT Unhas Press*.

- Kamila, N. C., & Khasanah, I. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ikan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt. Central Proteina Prima Cabang Tegal). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6), 1–12.
- Kaniu, H. J., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hardcore Gym. *Jurnal EMBA*, 11(4), 1426–1256.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran* (S. C. Semesta (ed.)).
- Lestari, D., & Utomo, S. B. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Iphone 7 Plus. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–17.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4029%0Ahttp://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4029/4041>
- Liow, N. M., Ogi, I. W. J., & Kawet, R. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada J.CO Manado di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada J.CO Manado Town Square). *Jurnal EMBA*, 11(1), 1348–1359.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mandung, F., & Hasan, S. (2023). Buku Referensi Manajemen Pemasaran. In

Eureka Media Aksara. Eureka Media Aksara.

Marbun, M. B., Hapzi Ali, & Fransiskus Dwikotjco. (2022). Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang: Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan.

Jurnal Ilmu Multidisplin, 1(3), 571–586. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i3.66>

Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan.

Jurnal Economina, 2(3), 727–737.

<https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>

Mawaddah, Dewi Rahayu, Salsabila Rahmasari, & Angga Dutahatmaja. (2024).

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Berulang: Produk, Harga, Promosi, Dan Layanan: (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3 SE-Articles), 115–127.

Meilda, Y., Hamdani, I., & Triwoelandari, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Al-Amin Islamic Store Laladon Bogor). *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 274–290.

Meliantari, D. (2023). Produk dan Merek (Suatu Pengantar). In *Eureka Media Aksara*. Eureka Media Aksara.

<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Muin, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV Litrase Nusantara Abdadi.

Nabil, M. M. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Pare Bercerita*. 4(3), 252–262.

Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2023). Pengaruh Harga dan Lokasi

- Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 3(3), 90–102.
<https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2854>
- Nurfadilah, H., Rudiman, S., & Yusuf, R. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli kembali pada Sorai Steamboat and Grill Bandung. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 11–21.
<https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6651>
- Paludi, S., & Nurchorimah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Intervening. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 10(2), 144–160.
<https://doi.org/10.24036/jkmb.11270300>
- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62–79.
<https://doi.org/10.59330/jmd.v1i2.14>
- Pratiwi, A., & Arini, E. (2021). Pengaruh Kemasan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(1), 77–87. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3793>
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Prayitno, S. (2021). Komunikasi Pemasaran Global Terpadu: Tantangan di Era

- Digital. *Journal of Strategic Communication*, 12(1), 27–39.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1405>
- Prayuti, A., Sinaga, K., Mahyudani, Pratiwi, H., & Aditi, B. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Sumber Daya Manusia Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Herfinta Farm and Plantation. *Journal of Global Business and Management Review*, 4(2), 71–82. <https://doi.org/10.37253/jgbmr.v4i2.7268>
- Prihatiningtyas, G., & Chasanah, U. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Blanco Coffee Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(2), 1–18. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i2.369>
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
<https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Putra, R. A., & Santoso, E. B. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Herbal HNI HPAI Di Bussiness Center Cabang Mojokerto. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 105–108.
<https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/download/1925/1466/6248>
- Rahim, R., Sa'odah, Tiring, S. S. N. D., Asman, Fitriyah, L. A., Dewi, M. S., Hendrika, I., Ferawat, Mutia, Pamungkas, M. D., Sutrisno, Wulandari, H., Trimurtini, & Wicaksono, A. B. (2021). Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik). In *Rumah Cemerlang Indonesia*. Rumah Cemerlang Indonesia.
www.rcipress.rcipublisher.org
- Rojak, A., Diani, A. R., Auliyana, Ramdhani, F. R., Rahayu, H. A., & Wardiyah,

- M. L. (2024). Analisis Statistika Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akutansi*, 2(7), 60–75.
- Safitri, N. L. A., Muslikhati, & Millatina, A. N. (2023). Penerapan Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan (Studi pada Cafe O/R Traffic). *Journal of Islamic Economics Development and Innovation*, 2(3), 193–208.
- Sari, A., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Journal of management & business pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pengguna gojek di kabupaten lamongan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 670–679. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3889>
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). Manajemen Pemasaran. In *Samudra Biru. Smudra Biru*. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Setyawan, D. A. (2021). Hipotesis Dan Variabel Penelitian. In *Tahta Media Group*.
- Sihombing, P. R., & Arsani, A. M. (2022). *Aplikasi SEM AMOS Untuk Statistisi*

- Pemula* (Issue March). PT Dewangga Energi Internasional.
<https://www.rhttps://www.researchgate.net/publesearchgate.net/publication/359053660ication/359053660>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sofiah, M., Ramadhani, S., & Bi Rahmani, N. A. (2023). Analisis pengaruh bauran pemasaran 4p (product, price, promotion, and place) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (umkm). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 122. <https://doi.org/10.26623/jreb.v16i2.7288>
- Sofiyan, Y., & Amron. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Minat Beli Ulang Mixue Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 571–584. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3676>
- Sudarijati, Andari, T. T., & Rosyada, R. (2020). Minat Beli Ulang Berbasis Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk (Kasus Pada Sate Maranggi Sn4444 Tajur Bogor). *Jurnal Visionida*, 6(2), 52. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3503>
- Suharto, & Ligery, F. (2018). *Analisis SEM Teori Dan Praktik*. Lembaga Penelitian UM Metro.
- Suryaningtyas, A. P., Bassalamah, M. R., & Wahyuningtiyas, N. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Product Quality Terhadap Pembelian Ulang Ice Cream Mixue (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 1581–1589.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas

- Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivivty*, 3(1), 7–12.
- Tania, A. C., Hafizah, & Aditi, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Membeli Ulang, dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen di Cafe n2 Foodcourt Tanjung Morawa). *Jamek (Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi)*, 2(1), 16–32.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67.
<https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Wahyuddin, M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Furnitur Angkasa Rahmat Unaaha. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 335–344.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.37>
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2024). *Mudah Cepat Tepat dalam aplikasi Structural Equation Modeling*. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Wardani, R. K., & Manalu, M. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian PadaMarketplace Shopee. *Intelektiva*, 3(4), 86–95.
<https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/666/502>
- Wibowo, T. S., Asir, M., Anwar, M. A., Herdiyanti, & Wijaya, E. (2022). Product Pricing Strategy On Consumer Purchasing Power: A Literature Study. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2987–2996.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Metodologi Penelitian. In *Science Techno Direct*. Science Techno Direct.
- Wijiastuti, R. D., & Cantika, N. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Gofood Di Kota Sorong. *Kalianda Halok Gagas*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.52655/khg.v1i1.3>
- Winasis, C. L. R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Wona, M. L. N., Timuneno, T., & Fanggidae, A. H. J. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Suci Kupang. *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 63–77.
- Wowor, S., Messie, J. D. D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seruput Coffee Company Tomohon Di Masa Pandemi. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1472–1481. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35803>
- Zusrony, E. (2021). Perilaku Konsumen Di Era Modern. In *Yayasan Prima Agus Teknik Teknik*. Yayasan Prima Agus Teknik.