

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., 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>
- Abdurrahman, L., & Mulyana, R. (2022). Pemodelan Nilai Teknologi Informasi Menggunakan Structural Equation Modeling (Sem). *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 7(2), 469–477. <https://doi.org/10.29100/jupi.v7i2.2825>
- Akbar, A. A., Imran, U. D., & Ngandoh, A. M. (2023). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Cotomangkasara Di Makassar. *Jurnal Malomo: Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 326–337. Retrieved from <https://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/download/4045/2126/9484>
- Andreanata, I. M. A., & Wilyadewi, I. I. D. A. Y. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD. Sari Jaya Buah Kabupaten Badung. *Widya Amrita*, 1(1), 14–24. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1143>
- Antika, S., Sari, L. P., & Minullah, M. (2023). Analisis Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Waroeng Jmk (Jembatan Merah Klatakan) Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(5), 891. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i5.3505>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arif, M. A., & Waluyo, M. (2020). MODEL HUBUNGAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MENGGUNAKAN SEM (Studi Kasus Smartphone Merek Xiaomi). *Juminten*, 1(4), 58–69. <https://doi.org/10.33005/juminten.v1i4.67>

- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX(1), 104–112.
- D, Adenantha L. S.T, M. . (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Ketidakpuasan Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Perpindahan Pelanggan Melalui Respon Emosi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Logistik di Kota Semarang). *Jurnal Artikel Ilmiah Dosen*, 2(1), 1–20. Retrieved from <http://repository.unimar-amni.ac.id/id/eprint/5746>
- Edi Sucipto Tanady, M. F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Evi, T., & Rachbini, W. (2022). Partial Least Squares (Teori Dan Praktek). *Tahta Media Group*, 1–23.
- Fatwa, Kurnia Abdillah, et al. (2023). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Di Kota Cirebon. *Preprints: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 05(1), 0–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.31219/osf.io/6ev8t>
- Fiani, D., & Novitasari, D. (2022). Peran Mediasi Keputusan Pembelian Pada Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Aplikasi Shopee. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(4), 1031–1055. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i4.609>
- Fitrianiingsi, A., Ediyanto, E., & Pramesthi, R. A. (2023). Analisis Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Laris Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(5), 925. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i5.3507>
- Ghita, M. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG (Studi Pada Pelanggan Sarijan Coffee Malang) Fitria. *Hubungan Pengetahuan Ibu Hamil Dan Tingkat Ekonomi Tentang Kejadian Stunting*, 3(2), 14–15.
- 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. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books. Retrieved from <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hariyanto, M., Kholiq, M., Yani, A., & Narti. (2020). Analisis Faktor Siswa Menggunakan M-Learning Dengan Metode Structural Partial Least Square. *Inti Nusa Mandiri*, 14(1), 133–138.
- Indrawan, M. G., Raymond, & Siregar, D. L. (2021). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung Di Kota Batam. *Jurnal Ekobistek*, 10(2), 81–87. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.57>
- Irwanto, T., Pratama, M., Rasuma, H.A., Rajaliu, H., & Abi, Y. I. (2022). Sosialisasi Strategi Produksi Pada Usaha Dagang Kue Pia Mr Jalan. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 1(2), 183–188. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/jdm.v1i2.3333>
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya*, 7(1), 489–500. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1421>
- Jariyah, K. A., & Yucha, N. (2021). Analisis 'Pengaruh' Kualitas 'Pelayanan' Dan 'Kualitas Produk' Terhadap 'Keputusan' Pembelian 'Di' Toko Pakaian Ainun Jaya Kota Baru Driyorejo. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 3(1), 247. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i1.934>
- Junaidi. (2021). *Aplikasi AMOS dan Structural Equation Modeling (SEM)*. UPT Unhas Press.
- Kusuma Putra, G. L. A., & Yasa, G. P. P. A. (2019). Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial. *Jurnal Nawala Visual*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i1.1>
- Leonardo, B. R., Wenas, R. S., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk,

- Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1721–1730. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35960/33526>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, 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/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Manoppo, N. P. T. W. S., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, brand experience terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem. *Productivity*, 2(4), 309–314.
- Marliana, R. R. (2020). Partial Least Square-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 16(2), 174. <https://doi.org/10.20956/jmsk.v16i2.7851>
- Mulanda, D., Fitriasia, A., & Ofianto. (2023). Penggunaan Metode PLS Dalam Menganalisis Data Persepsi Masyarakat terhadap Pelayanan Publik. *FisiPublik: Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 8(1), 1–16. Retrieved from <https://journal.uwgm.ac.id/index.php/fisipublik>
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Ningsih, W. (2020). Pengaruh Citra Institusi Terhadap Loyalitas Mahasiswa Melalui Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis*, 19(1), 140–147. <https://doi.org/10.37278/insearch.v19i1.269>
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- P. Ginting, N.Aisyah, D. N. (2020). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN,

SLOGAN PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MEMBELI PRODUK GAS PADA PT. TASYA GASINDO MEDAN Pebrius. *Jurnal Manajemen*, 6(2), 45–52. Retrieved from

<https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/115>

Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>

Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>

Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan , Harga , dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Journal of Statistics*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.13057/ijas.v4i1.45784>

Putri, A. K. P., & Suratno, I. B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand H&M. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Akuntansi*, 14(2), 19–30. <https://doi.org/10.24071/jpea.v14i2.4618>

Ridoanto, T., Mislinawati, & Triaudi, G. (2020). *Kepuasan Konsumen*. (M. A. M. Hamdi HS, S.IP., Ed.), *Pengaruh Pengalaman, Pengetahuan Dan Keterampilan Auditor Terhadap Kualitas Audit*. UIN KHAS Press (Anggota IKAPI). Retrieved from [http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB%20II.pdf)

Rini, E. P., Purwati, S., & Marliah, S. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie dengan Promosi sebagai Variabel Moderating (Studi pada Wilayah Kampung Baru RW 03 Kelurahan Sukabumi Selatan Jakarta Barat). *Jksp-Almatama*, 1(2), 121–131. <https://doi.org/https://doi.org/10.58413/jma.v1i2.345>

Robby Gunawan. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat

Beli Konsumen Pada Masa Covid-19 Pada Konsumen Umkm Ikan Lele Di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 3, 7.

Rosifa, A., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. (2020). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada New Marjoly Beach And Resort. *Bahtera Inovasi*, 4(1), 64–76. <https://doi.org/10.31629/bi.v4i1.2759>

Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>

Saniah, S., Ariadi, B. Y., & Harpowo, H. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Kedai “Pesenkopi” di Kota Malang. *Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 3(1), 40. <https://doi.org/10.22219/agriecobis.vol3.no1.40-49>

Santoso, H., Akbar, Z., & Helmina, H. (2022). Analisis Sistem Informasi Keberhasilan Website Siap Ppdb Online Dinas Pendidikan Provinsi Jambi Dengan Metode Delone and Mclean. *Jurnal Informatika, Sistem Informasi Dan Kehutanan (FORSINTA)*, 1(2), 1–11. <https://doi.org/10.53978/jfsa.v1i2.244>

Sayyida, S. (2023). Structural Equation Modeling (Sem) Dengan Smartpls Dalam Menyelesaikan Permasalahan Di Bidang Ekonomi. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 4(1), 6–13. <https://doi.org/10.24929/missy.v4i1.2610>

Sudaryono, S., Sunarya, P. A., & Dayanti, M. T. (2024). Model Pengukuran Soft Competencies Era Industri 4.0 Pendekatan PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling). *ICIT Journal*, 10(1), 113–127. <https://doi.org/10.33050/icit.v10i1.3058>

Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). The Effect of Product Quality, Price, and Promotion on Purchase Decision of Shinyoku Lights at CV. Sinar Abadi Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174–184. Retrieved

from

<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>

- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>
- Suwandi, E., Imansyah, F. H., & Dasril, H. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome. *Journal of Electrical Engineering, Energy, and Information Technology*, 7(1), 77–85. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.26418/j3eit.v7i1.31191>
- Tabroni, T., & Komarudin, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kredit Rumah Di Pt. Hari Pelangi Propertindo. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 1(2), 151–164. <https://doi.org/10.53363/buss.v1i2.6>
- 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.
- Tri Nuryani, F., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>
- Yansari, R. Q., & Samsuri, A. (2023). Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Di Kspps Bmt Mandiri Sejahtera Jawa Timur. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 172–185. <https://doi.org/10.30997/jsei.v9i2.8346>
- Yulizar, A., & Apriatni. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 24(1), 1–23. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/190082-ID-pengaruh-harga-dan-promosi-terhadap-kepu.pdf>
- Yusmanita, Y., Kumbara, V. B., & Azizi, P. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas

Produk Dan Lokasi Terhadap Impulse Buying Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Bana Central Park Ujung Gading. *Journal Arimbi*, 2(2), 202–214. Retrieved from <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i2.764>