

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilya, D., Sumastuti, E., & Meiriyanti, R. (2024). Analisis Minat Penggunaan Transportasi Online Maxim Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pgri Semarang. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 234–247.
- Alfarisyi, M. F., & Harahap, M. I. (2023). Surplus : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Implementasi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Surplus:Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 234–245.
- Annisa, T. N., Saskia, & Sunaryo. (2022). Pengaruh Keamanan Konsumen Terhadap Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Unhar Pelanggan Shopee). *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (Jamek)*, 2(3), 185–197.
<https://doi.org/10.47065/Jamek.V2i3.323>
- Asiken, A. H. P., & Subkhan, M. (2024). Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Secondshitstuff Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia Stie Widya Wiwaha*, 4(2), 541–564.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Augustinah, F. (2021). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)* (Hartini (Ed.)). Media Sains Indonesia.
- Budiarto, K. A., & Sukawati, T. G. R. (2024). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Niat Beli Ulang Produk H&M.

E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 13(04), 728–736.

Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis* (C. I. Gunawan (Ed.)). Cv Irdh.

Cindy, & Hutabarat, M. L. P. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek. *Jurnal Pelita Harapan*, 1(1), 474–491.

Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu (Ed.)). Global Research And Consulting Institute.

Fakhrudin, A., Awan, & Roellyanti, M. V. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish.

Fatimah, S., Mukhtar, A., Asmawiyah, & Salam, K. N. (2022). Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek. *Yume: Journal Of Management*, 5(2), 328–344. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.34536>

Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling* (A. Canty (Ed.)). Universitas Terbuka.

Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (2022). *Konsep , Teori Dan Implementasi*. Pascal Books.

Gama, F. H. P., & Utami, A. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pintaar.Com. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan*, 3(April), 202–212.

Ghozali, I. (2005). *Model Persamaan Struktural*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.

Halias, D. S., & Prahara, S. A. (2020). Kepuasan Kerja Dengan Employee Engagement Pada Driver Ojek Online. *Psyche 165 Journal*, 13(1), 95–100.

<https://doi.org/10.35134/jpsy165.v13i1.62>

- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2008). Structural Equation Modeling. In *The International Encyclopedia Of Communication*. Pt. Intermedia Personalia Utama. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecs108>
- Ichsan, A., Baiduri, A., Kamila, A., & Sanjaya, V. F. (2024). Transportasi Online Indriver Terhadap Kepuasan. *Journal Of Economic And Bussiness Retail, Vol: 04*(No: 01). <http://journal.institidla.ac.id/>
- Imansari, N. U., & Kholifah, N. (2023). *Metodologi Penelitian Untuk Pendidikan Kejuruan* (N. Imansari (Ed.); Issue 85). Unipma Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (I). Unitomo Press.
- Izza, N., Islamiyah, 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 Unimus*, 16(2), 127–136.
- Junaidi. (2021). *Aplikasi Amos Dan Structural Equation Modeling (Sem)* (H. Sari (Ed.)). Upt Unhas Press.
- Kaunang, W., Muzendi, A. M., & Sari, A. P. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 7p Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Usaha Kafe Wilchof Kabupaten Manokwari Provinsi Papua Barat). *Jurnal Sosio Agri Papua*, 11(2), 1–9.
- Khairunnisa. (2023). Buku Ajar Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*. Cv Science Techno Direct.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran* (H. Herman (Ed.)). Strategi Cita

Semesta.

Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (Ed.)). Universitas Islam Negeri (Uin) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Maharani, P. S. S. D., & Jatra, I. M. (2021). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Niat Beli Ulang Dewata Kaos Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 10(7), 632–651. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2021.V10.I07.P01>

Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i2.1134>

Muttaqin, R. (2020). Analisis Distruptive Marketing Pada Perusahaan Startup (Pt. Gojek Indonesia). *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 101–113. <https://doi.org/10.24036/Jkmb.10981400>

Ngatno. (2018). Manajemen Pemasaran. In *Ef Press Digimedia*. Ef Press Digimedia.

Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Sibuku Media.

Pamungkas, R. P., & Sulistiyowati, W. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Gojek Di Pandaan Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (Sem). *Seminar Nasional Inovasi Teknologi*, 35–40. <https://doi.org/10.29407/Inotek.V6i3.2650>

Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor

Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang : Promosi , Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469–478. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>

Pradita, K., Manullang, R., & Mulyani, H. T. S. (2023). Analisis Pengaruh *Marketing Mix* (7p) Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Buku Gramedia. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (Jpmb)*, 10(2), 197–202.

Pratama, R. A., & Waluyo, M. (2020). Analisis Pengaruh *Marketing Mix* 7p Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aquarium Dengan Metode Sem Di Pt.Xyz. *Juminten : Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 1(3), 59–69. <http://juminten.upnjatim.ac.id/index.php/juminten>

Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di Pt. Sidomuncul Kebon Jeruk). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–15.

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. *Indonesian Journal Of Applied Statistics*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.13057/ijas.v4i1.45784>

Ramadan, A. R. L., Indriani, W., & Wuryanti, L. (2024). Analisis Pengaruh *Product, Price, Place, Promotion, Personel, Process, Dan Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Pelanggan Magerjek (Transportasi Ojek Online Liwa). *Journal Of Management And Innovation Entrepreneurship (Jmie)*, 1(4), 771–

- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen* (Hamdi (Ed.); I). Uin Khas Press.
- Romadhon, F. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Economic Reviews Journal Analisis Strategi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Pengiriman Barang Dan Jasa: Studi Pada Pt. Jne Express Cabang Patumbak. *Economic Reviews Journal*, 1(2), 96–108. <https://doi.org/10.56709/Mrj.V1i2.20>
- Setyawan, D. A. (2022). *Statistika Terapan* (Paryono (Ed.); Issue April). Tahta Media Group.
- Siregar, Z. M. E., Parlauangan, A., Supriadi, Y. N., Ende, & Pristiyono. (2021). *Structural Equation Modeling* (Issue January). Deepublish.
- Sjamsi, N., & Rezky, M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Mobile Transportasi Online. *Jieb : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(November), 264–271.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Kuswandi, S., Fitri, A., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lsetari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (A. Karim (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Solin, N. F., Oktaviani, M., & Nurjanah, W. (2025). Aspek Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 450–463. <https://doi.org/10.61722/Jiem.V3i2.3875>
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). *Strategi Pemasaran* (Ansar (Ed.)). Intelektual Karya Nusantara.
- Suharto, & Ligery, F. (2018). *Analisis Sem Teori Dan Praktik* (N. S. K. Indrastuti (Ed.)). Lembaga Penelitian Um Metro.

- Syarifuddin, L. Mandey, S., & J.F.A Tumbuan, W. (2022). Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran. In J. Maramis (Ed.), *Istana Agency*. Cv. Istana Agency.
- Telaumbanua, J., Zebua, E., Hulu, F., & Batee, M. M. (2024). Peranan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Pada Cv Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi Mh Thamrin*, 5(1), 137–148.
- Ulfah, F., Nur, K., Safitri, Y., & Evanita, S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2795–2805.
- Waluyo, M. (2016). *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (Sem)* (I. Basuki (Ed.)). Upn “Veteran” Jawa Timur.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling. In N. A. Rahma (Ed.), *Transportation Systems Planning: Methods And Applications*. Cv. Literasi Nusantara Abadi.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2024). *Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling* (I. A. Putri (Ed.)). Pt. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Wardani, R. D. K., Soedarto, T., & Syah, M. A. (2024). Analysis Of The Influence Of The 7p *Marketing Mix* On Customer Satisfaction Of Bikla Coffee, Jember District. *Buletin Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Haluoleo*, 26(1), 59–70.
<https://doi.org/10.37149/Bpsosek.V26i1.1282>

- Widiastuti, N., Riauunto, S., & Harwati, C. A. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Melayani Dan Beban Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Di Kecamatan Magelang Utara Kota Magelang Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia Stie Widya Wiwaha*, 2(4), 1224–1242.
- Yudho, S. K. S., & Agustin, S. (2022). Pengaruh *Marketing Mix* (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(8).
- Zebua, M. S., Laia, O., & Zalukhu, Y. (2024). Analisis Penerapan Strategi *Marketing Mix* 7p Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Pasar Hp Kota Gunungsitoli. : : *Journal Of Social Science Research*, 4(3), 287–295.
- Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). Implementation Of The 7p *Marketing Mix* In Increasing Sales Volume Of Powerful Smes In Kediri Regency During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Multidisiplin Madani (Mudima)*, 2(1), 299–314.
<https://Journal.Yp3a.Org/Index.Php/Mudima/Index>