

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A., Iswanto, A., & Hijuzaman, O. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Persepsi Harga , Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM) AMOS pada Café Djajan Coffee Purwakarta. 3(September), 938–949.
- Andrenata, A., & Qomariah, N. (2022). Pengaruh Marketing Mix 4P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sangkar Mas Desa Dawuhan Mangli Sukowono Jember. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 51–63.
<https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.263>
- 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.
- Aziza, Y., & Hawignyo, H. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 10641–10652.
- Azizah, I. N., Arum, P. R., & Wasono, R. (2021). Model Terbaik Uji Multikolinearitas untuk Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Blora Tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69.
- Azzahra, A. (2024). Analisis Impak Cara Penyajian Suhu Tinggi Terhadap Mutu

- Nugget Ayam Siap Konsumsi. *Jurnal Sains Dan Teknologi Linchen Institut*, 1(1), 1–17.
- Br Marbun, M., Ali, & Dwikotjco, F. (2022). Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang: Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan. *JIM (Jurnal Ilmu Multidisplin)*, 1(3), 571–586. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i3.66>
- Br Marbun, M., 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>
- Christiani, J., & Fauzi, A. (2022). Analisa Strategi Bauran Pemasaran 4P (Price, Product, Place, Promotion) Pada Usaha Prol Tape Sari Madu Jember Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 16–23. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.328>
- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1)
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. In *Deepublish Publisher, CV Budi Utama*.
- Fathurrochman, I., Endang, E., Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>

- Fauzy, A. (2019). Metode Sampling. In *Universitas Terbuka* (Vol. 9, Issue 1).
<http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com>
- Firmansyah, A. (2020). Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Kepuasan Konsumen Serta Niat Pembelian Ulang Pada Produk Gadai Emas Ib Barokah Di Bank Jatim Cabang Syariah Surabaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 182. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1086>
- Fitri, Najmiati, N., & Leisubun, T. P. V. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Wom Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kinieast Cafe. *Mufakata, Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 3(2), 616–626.
- 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.
- Junaidi. (2021). Aplikasi AMOS dan Structural Equation Modeling (SEM). In *UPT Unhas Press*.
- Kaniu, H., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hardcore Gym. *1246 Jurnal EMBA*, 11(4), 1426–1256.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2018. Manajemen Pemasaran Edisi 13 (13 ed.). (B. Molan, Trans.) PT Erlangga.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2018). *Principles of Marketing*, 17th Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Armstrong. 2016. *Principles of Marketing*. Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited

- Mukarom, M., Pauzy, D. M., & Karmila, M. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Di Kota Tasikmalaya. 1(2), 123–136.
- Mulyana, A. A., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Di Pt. Stanli Trijaya Mandiri Bandung. *Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 2(1), 74–85. <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.187>
- Nguyen, P. T., Ali, H., & Hudaya, A. (2020). Model Buying Decision and Repeat Purchase: Product Quality Analysis. *International Journal of Management Science*, 1(1), 102–113. <https://doi.org/10.31933/DIJMS>
- Panji Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap. *Excellent*, 7(2), 143–152.
- Paramitha, D. A. (2024). The adaptation strategy of PT Charoen Pokphand Indonesia (Food Division) in facing the dynamics of the processed chicken industry. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 3(9). <https://doi.org/10.55324/ijoms.v3i9.901>
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *JIMT (Jurnal Ilmu Manajemen Terapan)*, 3(5), 469–478.
- Peter, & Olson. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri. *Riset Bisnis Ekonomi*, 1(1), 48–67.

- Praditias Julianty, A., & Hermana, C. (2023). Penerapan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Nugget “FIESTA” Di Jawa Barat. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 6(1), 61–72. <https://doi.org/10.32500/jematech.v6i1.3628>
- Punju, A. K., & Adindarena, V. D. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Kerajinan Tenun Ikat Di Kelurahan Mauliru Kecamatan Kampera Kabupaten Sumba Timur. *Transformatif*, 11(1), 14. <https://doi.org/10.58300/transformatif.v11i1.312>
- 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>
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2020). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 39–47.
- Rosaria, M. A., & Hapsari, V. R. (2024). Strategi Pemasaran 4P pada Usaha Kerajinan Tangan Accessoris di Bengkayang. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(4), 1496–1501. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i4.1607>
- Salah, B., Alnahhal, M., & Ali, M. (2023). Risk prioritization using a modified FMEA analysis in industry 4.0. *Journal of Engineering Research (Kuwait)*, 11(4), 460–468. <https://doi.org/10.1016/j.jer.2023.07.001>

- Sintari, R., & Komalasari, E. (2024). The Effect of Service Quality and Price on Consumer Satisfaction on Go-Food Service in Pekanbaru City Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Go- Food di Kota Pekanbaru Jasa Transportasi Online yang Paling Sering Digu. VIII(2), 86–96.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Alfabeta. CV, Bandung*.
- Susanti, S., Setiani, B. E., Nurwantoro, & Al-Baarri, A. N. (2023). Physical and chemical characteristics of Chitofudregs nugget in comparison to commercial nugget. *International Journal of Advances in Applied Sciences*, 12(2), 188–194. <https://doi.org/10.11591/ijaas.v12.i2.pp188-194>
- Tajudinnur, Fazriansyah, Ferdian, R., Iskandar, & Ilham. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Sebatik*, 26(2), 673–687. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i2.2112>
- Tjiptono, F. (2005). Strategi Pemasaran. In *Transportation Systems Planning: Methods and Applications*. Andi Offset.
- Trinaldi, G., & Djawoto. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Mc Donald's Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Ilmu Riset Dan Manajemen*, 11(12), 1–15.
- Waluyo, M. (2016). Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools AMOS dalam Aplikasi SEM. In *Surabaya: UPN "Veteran" Jawa Timur*.
- Wardani, D. K., Qosim, N., & Aliyah, H. (2024). *Analisis Korelasi untuk*

Mengetahui Hubungan Peer Group Bullying dengan Psikologi Belajar. 6(4), 4–8.

- Wariyanti, S., Liberty, L., & Imtihanah, A. N. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Home Industry Roti Al Mustofa di Metro. *Adzkiya : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah, 9(02), 151.*
<https://doi.org/10.32332/adzkiya.v9i02.3115>
- Wijayanti, R., Alfian, A. G., Sukasno, & Sinambela, L. P. (2021). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology, 1(1), 1–5.*
- Wilardjo, S. B. (2020). the State of the Art Marketing. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology, 6(2), 16–31.*
- 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>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi. *PERSPEKTIF: Jurnal Ilmu Administrasi, 3(2), 96–102.*
- Zaki, M., & Saiman. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 4(2), 115–118.* <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>