

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *PILAR*, 14(1), 15–31.
<https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Andriasari, S. (2021). Kajian Sistem Informasi Akademik Untuk Efektivitas Dan Pengembangan Menggunakan Sem Dan Amos Studi Kasus Amik Lampung Bandar Lampung. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(7), 327–334.
- Arifin, M. R., Pramesthi, R. A., & Ariyantiningasih, F. (2022). *Pengaruh Produk dan Lokasi dalam menentukan Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Lele Banyuputih Kabupaten SituBondo*. 1(1), 158–166.
<https://unars.ac.id/ojs/index.php/prosidingSDGs/article/view/2437/1827>
- Asmin, E. A., Syam, A. H., Kapriani, N. N., Sujatmiko, Sitaniapessy, R. H., Sudirman, A., Agustina, F., Ansari, Zulaikah, Hafipah, Wardhana, A., & Sumarsih. (2021). *Manajemen Pemasaran (Prespektif Digital Marketing*.
- Astaki, N. P. D. P. P., & Purnami, N. M. (2019). PERAN WORD OF MOUTH MEMEDIASI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *E-Journal Managemen*, 8(9), 5442–5461.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i09.p05> ISSN
- Astuti, A. M. I. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17, 58–70.

- Aula, V., Rahayu, & Dwihandoko, T. H. (2024). Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Word of Mouth (WOM) Sebagai Variabel Moderating. *Nusantara Entrepreneurship and Management Review*, 86–98.
- 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.
https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2021&q=uji+autokorelasi+adalah&hl=id&as_sdt=0,5
- Azriel, A., & Sutatnto, J. . (2024). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND E-WOM ON CUSTOMER LOYALTY AT NAMA BAIK CAFÉ SURABAYA. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 8(2).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/26235>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2012). Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(8), 1–21.
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Jurima*, 2(2).
- Dzikrulloh, A., Muhtarom, A., Sulaeman, M. M., & Santoso, M. H. B. (2022). Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Usaha UMKM. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal*

Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 10(2), 833–840.

<https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2648>

- Ekowati, S., Finthariasari, M., & Aslim. (2020). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA ELEVEN CAFE BENGKULU. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam (Jam-Ekis)*, 3(1), 1–14.
- Faisal, M. R., & Sukma, R. P. (2022). Jurnal Panorama Nusantara Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word of Mouth Di Warung Sembako Toko Rudi Depok. *Panorama Nusantara*, 17(1), 1–15. <http://ejournal.stein.ac.id/index.php/panorama>
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Universitas Terbuka.
- <https://www.scribd.com/document/578828537/Buku-Metode-Sampling>
- fawzi, H. et al. (2022). *Konsep , Teori dan Implementasi*.
- Febriansyah, F., & Triputra, G. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(1), 70–88.
- <https://doi.org/10.30873/jbd.v7i1.2618>
- Haedir. (2020). *ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 2(1).
- Handayani, P. W., Hidayanto, A. N., & Ayuningtyas, D. (2019). *Konsep CB-SEM Dan SEM-PLS Disertai Dengan Contoh Kasus*. Rajawali Press.
- Hermiati, N. F., & Khussusal, R. (2023). *Pengaruh Promosi dan Citra Merek*

Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan pada GoFood The Influence of Promotion and Brand Image on Purchase Decisions and Customer Loyalty on GoFood. 5(2), 109–120.

Hidayati, U. (2021). Penerapan Strategi Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Usaha Mahasiswa di Perguruan Tinggi. *Gulawentah: Jurnal Studi Sosial*, 6(2), 88.

<https://doi.org/10.25273/gulawentah.v6i2.10410>

Indrasari, M. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian* (Vol. 6, Issue 1).

Indrawan, M. G. (2024). *PENGANTAR ILMU MANAJEMEN PEMASARAN*. CV Gita Lentera.

Kotambunan, W. I., Lopian, S. L. H. V. J., & Samadi, R. L. (2021). PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK , HARGA , DAN PROMOSI TERHADAP PERILAKU WORD OF MOUTH PADA WARUNK BENDITO THE EFFECT OF PRODUCT DIFFERENTIATION , PRICE , AND PROMOTION TOWARDS THE WORD OF MOUTH BEHAVIOR AT WARUNK BENDITO Jurnal EMBA Vol . 9 No . 1 Januari 20. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 61–69.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/31822>

Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran*.

Liswandany, F., Supriyono, & Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh Lokasi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Dolan Kopi Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 71–80.

- Lusiani, & Blasius, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Produk Oriflame. *UMMagelang Conference Series*, 8(2), 525–542. www.fimela.com
- Magdalena Welly Muskita, S., & Ayunita. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Online ShopThyy Thyy) Di Kota Sorong. *Badati*, 3(1), 42–53. <https://wearesocial.com>
- Maknunah, L., Diantanti, N. P., & Darajat, A. H. (2022). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian. *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 8(2), 85–92. <https://doi.org/10.30649/aamama.v25i2.49>
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J. F. ., & Rogi, M. H. (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.
- Manorek, E. K., Wenas, R. S., Mintardjo, C. M. O., Experiential, P., Dan, M., Produk, K., & Wenas, R. S. (2024). *WORD OF MOUTH MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN MINUMAN BUAVITA DI KECAMATAN LANGOWAN BARAT THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING AND PRODUCT QUALITY ON WORD OF MOUTH THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIA*. 12(3), 1077–1091.
- Mawaddah, M., Rahayu, D., Rahmasari, S., & Dutahatmaja, A. (2024). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Berulang: Produk, Harga, Promosi,

- Dan Layanan (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Manuhara*, 2(3).
- Ningsih, F. F., Pembelian, K., & Decisions, P. (2021). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Snack Pada UD Vira Jember*. 7–16.
- Nugroho, A. D., & Waluyo, M. (2024). The Effect of Marketing Mix 4P on Purchasing Decisions and Repurchasing Intention Prochiz in Indonesia Using the SEM and SWOT Methods. *IJIEM (Indonesian Journal of Industrial Engineering & Management)*, 5(2), 429–436.
<https://doi.org/10.22441/ijiem.v5i2.22040>
- Pahlevi, C., & Musa, M. I. (2023). Manajemen Strategi. In *Penerbit Intelektual Karya Nusantara*.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN ULANG : PROMOSI, HARGA DAN PRODUK (LITERATURE REVIEW PERILAKU KONSUMEN)*. 3(5), 469–478.
- Putra, A. J., & Aeni, N. (2024). *Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang Kembali Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen The Effect Of Price And Product Variety On Repurchase With Mediation Of Customer Satisfaction*. 5(2), 7022–7037.
- Saputra, A., KUSDARIANTO, I., & Samsinar. (2023). PENGARUH KESELAMATAN KESEHATAN KERJA (K3) DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 10(2), 761–771.
<https://doi.org/10.32832/manager.v1i1.1770>

- Saputro, W. W., Khatami, Z., & Akbar, S. (2023). Marketing Segmentation for Increasing Sales Volume in Islamic Economic Perspective. *Journal Economicate Studies*, 7(2), 16–27.
- Setyantoro, W. A., & Hanggara, G. S. (2023). Permasalahan Remaja Pengunjung dalam Kajian Psikologis. *Prosiding SEMDIKJAR (Seminar Nasional Pendidikan Dan Pembelajaran)*, 270–279.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/semdikjar/article/view/3664>
- Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475–481. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28771>
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2023). *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. Tigor.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran, Teori Dan Implementasi*. Penerbit Andi.
- Sudrajat, B. H. (2022). PENGARUHMARKETINGMIXTERHADAP ELECTRONICWORD OF MOUTH(E-WOM) MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Konsumen Layanan Internet di Perusahaan Telekomunikasi di Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia). *Management for Professionals*, 95–103. https://doi.org/10.1007/978-3-031-10097-0_9
- Sugiono, Noerdjanah, & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterapian Fisik*, 5(1), 55–61.
<https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>

- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Suhartini, Haeril, Afiati, L., Awaludin, Radat, M. I., Mustafa, Latief, F., Mubyl, M., Kurnia, F., & Lazuardi, B. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Lajagoe Pustaka.
- Sutisna, A., & Fauziya, F. (2024). Pengaruh Kualitas Value Proposition Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Produk Di UMKM Wajit Asli Cililin Cap Potret. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(4), 2376–2385. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i4.2601>
- Ulandari, O. (2023). Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes “Sumber Rejeki ” Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 4(1), 183–195.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling. In *Transportation Systems Planning: Methods and Applications*.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2024). *Mudah Cepat Tepat dalam Aplikasi Structural Equation Modeling Revisi 2*. Literasi Nusantara Abadi Group.
- Wijaya, D. S. (2020). Pengaruh Harga, Word of Mouth Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Citra Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(4), 1–20.
- Willy, Loisa, R., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 8(4), 863. <https://doi.org/10.28926/briliant.v8i4.1639>
- 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>

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN*.

Deepublish Publisher.

Yunila, Y., Pariam, M., & Apriani, N. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas

Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Mbakoy

Coffee Unaaha. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 10(2), 103–108.

<https://doi.org/10.24127/pro.v10i2.6563>