

Daftar Pustaka

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51.
<https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal.2022*, 2(2), 1–6.
- Berlianto, M. P. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengalaman dan Kepuasan Pelanggan Perkotaan dalam Pembelian Melalui M-commerce. *Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University*, 7(2), 78.
<https://doi.org/10.36262/widyakala.v7i2.347>
- firmansyah. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Hafni, R., Hasibuan, J. S., Muslih, M., & Yusnandar, W. (2020). Model Empiris Online Trust Dan Repeat Purchase Pelanggan Terhadap Situs E-Commerce. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 4(2), 266–283.
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2020.v4.i2.4163>
- Harga, P., Produk, K., & Kualitas, D. A. N. (2025). *Coffee must break tangerang. 2022*, 28–38.
- HASANAH, N., & Usman, O. (2021). Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on Purchase Decision on Lazada E-Commerce. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3768312>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.

<https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>

- Jasumin, R. J., & Andy. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–12.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran, Jilid Satu, Edisi Ketigabelas. *Penerbit: Erlangga: Jakarta*
- Khumaeroh, F. A., Yanusa, N., Yulianto, A., Riono, S. B., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus di Toko Kosmetik Levina Beauty Brebes). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(4), 1–14.
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier Di Surabaya. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764–772.
<https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.535>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Rahman, M. A., & Arusita, D. R. (2024). STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK (Studi Kasus Pada Toko Batik Benang Raja Surabaya). *Jurnal Baruna Horizon*, 7(1), 32–41.
<https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v7i1.143>
- Permadi, Ludy, Purwanto. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Kopi Dan Terhadap Brand Image 45 Graha Coffee Shop Sidoarjo. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(2), 1–10.
<https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i2.746>

- Saputra, N. H., & I, U. P. I. Y. A. (n.d.). *Pengaruh Citra Merek , Iklan , Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Galon Le Minerale 15 Liter*. 8(1), 129–139.
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 107–116. <https://doi.org/10.26905/jbm.v6i2.3674>
- Setiawan, B. K., & Siahaan, S. L. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Tamini Square. *Human Capital Development*, 10(2), 1–16.
<https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd/article/view/2470%0Ahttps://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd/article/download/2470/1766>
- Simatupang, S. R., Pudjoprastyono, H., & Mandasari, V. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1071. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2035>
- Taris, H. S., & Purwanto, S. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Go-Food di Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 449. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.427>
- Tjiptono, Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., Hastutik, S., Poltak, H., & Sangadji, S. S. (2020). Manajemen Pemasaran. Cv. *Media Sains Indonesia*, 1, 1–38. www.penerbit.medsan.co.id
- Wiranata I, Agung A, & Prayoga I. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery Batubulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1827%0Ahttps://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/download/1827/1480>