

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Bader, S., & Jones, T. V. (2021). Statistical Mediation Analysis Using The Sobel Test And Hayes Spss Process Macro. *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods*, 9(1), 42–61.
- Achyar, M. M., Hidayah, N., Khoeriyah, N., & Setianingsih, O. (2020). Manajemen Pemasaran dalam Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Purwosari Kecamatan Puring. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 4(1), 59–68.
- Aisyah, S., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2022). Pengaruh People, Proses Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Badan Usaha Milik Desa Karya Mandiri Desa Balung Kulon. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 4(1), 1–11.
- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi OVO. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 4(5), 708–720.
- Ali, M., Ramayah, T., & Cheah, J. (2021). PLS-SEM STATISTICAL PROGRAMS : A REVIEW. *Journal of Applied Structural Equation Modelling*, 5(1).
- Alim, T., Zufriah, D., & Fathoni, M. I. (2025). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *JBMA : Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 66–74.
- Alimin, E., Eddy, E., Diana, A., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, S., Yulianah, S., Yusuf, M., & Irwansyah, R. (2022).

MANAJEMEN PEMASARAN: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern (I).

Seval Literindo Kreasi.

Amalia, E. D., Madiawati, P. N., Bisnis, A., Bisnis, F. K., & Telkom, U. (2022).

Citra Merek , Kualitas Produk , Harga , Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Smartphone Iphone. *E-Proceeding of Management*, 9(3), 1537–1550.

Amalia, I. K., & Maskur, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan

Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3(1).

Andi, Suyono, Anjaitan, H. P., & Syahriza, D. (2023). The Influence Of The 7p

Marketing Mix On Customer Satisfaction And Customer Loyalty At Orchid Salon Sukajadi Branch Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3).

Ariyanti, W. P., Hermawan, H., Izzudin, A., & Jember, U. M. (2022). *Pengaruh*

harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. IX, 85–94.

Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F., Sholihah, D. R.,

Ariyanti, M., & Widiati, E. (2023). *Manajemen Pemasaran* (U. Saripudin (ed.); I). Widina Bhakti Persada Bandung.

Ayuni, N., & Kristianto, A. H. (2025). Model Marketing Mix 7P dan Pengaruhnya

Terhadap Loyalitas Konsumen. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 897–902.

Balaka, M. Y. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN TEORI DAN APLIKASI (I.*

Ahmaddien (ed.); I). Widina Bhakti Persada Bandung.

Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi,

- Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi COVID-19. *SEGMENT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2).
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76–85. h
- Damayanti, V. (2022). Pengaruh Proactive Services , People Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Nasabah Di Salah Satu Bank Swasta Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(6).
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)* (I). Guepedia.
- Dash, G., & Paul, J. (2021). Technological Forecasting & Social Change CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting. *Technological Forecasting & Social Change*, 173(June), 121092.
- Devina, A., & Yanuar. (2023). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(2), 307–317.
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762.
- Evi, T., & Rachbini, W. (2023). *PARTIAL LEAST SQUARES (TEORI DAN*

PRAKTEK) (M. Surur (ed.); I). TAHTA MEDIA GROUP.

Fatma, N., Alimuddin, M., Nursaiyullah, N., Hardiyono, H., & Latiep, I. F. (2023).

MANAJEMEN PEMASARAN ERA INDUSTRI 4.0 (N. A. Ainun (ed.); I). Nas Media Pustaka.

Firdaus, R., Pasrizal, H., & Elsy, Y. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus : Bisnis Tenun Songket Pandai Sikek). *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah, marketing mix*, 48–62.

Fitria, P. M., Nugraha, R. N., & Bule, Y. G. (2024). 7P Marketing Mix Strategy at Batoe 54 Swimming Pool , Jakarta. *West Science Interdisciplinary Studies*, 02(04), 864–872.

Hair, J., & Alamer, A. (2022). Research Methods in Applied Linguistics Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research : Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(May), 1–16.

Hamdali, R. N., & Melinda, T. (2021). Analisis pengaruh service marketing mix 7p terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di kozko digital printing surabaya. *Jurnal Media Mahardika*, 21(1).

Hanapi, A., & Arianto, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada CV RJ Depok. *Jurnal Swara MaNajemen (Keuangan, Pemasaran, Dan Sumber Daya Manusia)*, 2(1), 97–112.

Harianti, L., Sarwoko, E., & Wiradinata, T. (2025). Pengaruh Strategi Marketing Mix Pada Keputusan Pembelian Konsumen Emy Spa Bali dengan e-WOM Sebagai Moderasi. *JAFM : Journal of Accounting and Finance Management*,

6(5), 2662–2680.

- Hastari, E. S., Yohana, C., & Monoarfa, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Brand Skincare Lokal). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 785–799.
- Hernaningsih, F. (2021). Pengaruh Strategi Marketing Mix dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Alfamart di Gandaria Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akutansi*, 2(2), 106–115.
- Hwang, H., & Takane, Y. (2014). *Generalized Structured Component Analysis: A Component-Based Approach to Structural Equation Modeling* (Ilustrasi). CRC Press.
- Ibnurrizal, F., Yulistiyawati, T., & Kurniawan, R. (2025). *Analisis Strategi Marketing Mix Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Radio Kopi Kebumen*. 02(03), 1895–1905.
- Ichsan, R. N., Karim, A., Pembinaan, U., & Indonesia, M. (2021). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pt. jasa raharja medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 1–4.
- Ismanto, W., T. Munzir, Tanjung, R., Lestari, L., & Ashari, E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Dimensi*, 11(1), 200–210.
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. ayu, Widawati, E., Zahara, A. E., Ardyan, E., Nurchayati, Efdison, Z., Trilakshmi, N., Dmayanti, F., & Lova, A. N. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN: Strategi dan Praktek Yang Efektif* (E. Efitra (ed.); I). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Socius : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(1), 97–103.
- Khairi, M., Rianto, B., Chrismondari, Yolnasdi, Jalil, M., Juita, H., & Sudeska, E. (2025). Pengaruh Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Perangkat Lunak*, 7(01), 71–78.
- Kline, R. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling (IV)*. THE GUILFORD PRESS.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Global Edition (16th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2009). *Marketing Management Pearson International edition Pearson one series (13th, illust ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). *MARKETING MANAGEMENT (15th ed.)*. New York : Pearson.
- Kristandy, A. D., & Rahman, M. F. (2025). Pengaruh Promosi , Harga , dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Simplestore Semarang. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 5(September).
- Kusdiana, Y., & Yulita, R. (2024). Peran Strategi Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 9–16.
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, R., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suparno, S., Aman, A., & Herman, H. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN (H. Herman (ed.); I)*. Strategy Cita

Semesta.

- Maharti, R. K., & Fahrullah, A. (2021). Penerapan Etika Bisnis Syariah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yayasan Aqiqoh Nurul Hayat Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 207–218.
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
- Maskhuliah, P., Rimosan, N. B. A., Maimanah, I., Prawati, D., Rahmadani, N., & Nisa, M. M. K. (2025). Konsep Dasar Pengukuran Dan Skala Dalam Penelitian Manajemen Pendidikan: Kajian Pustaka. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 02(01), 565–572.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Roni Mohamad 1 dan Endang Rahim 2. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 2(1), 15–25.
- Mustafa, P. S. (2023). Tinjauan Literatur Analisis Uji R Berganda dan Uji Lanjut dalam Statistik Inferensial pada Penelitian Pendidikan Jasmani. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(5), 571–593.
- Muti, A. A., Sari, T. N., & Ahmad, N. H. (2022). Determinasi Patokan Waktu Pabrikasi Dengan Stopwatch Time Study (Studi Kasus Cemilan Sbr) Jurnal Rekayasa Sistem Industri. *JRSI: Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 2089(1), 36–40.
- Nadya Rizki Mirella, N., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363.

- Narimawati, U., & Sarwono, J. (2024). *Structural Equation Modeling Berbasis Partial Least Square Menggunakan SmartPLS* (M. Kika (ed.); I). CV Andi Offset.
- Noor, Z. Z. (2010). *MANAJEMEN PEMASARAN* (I). Deepublish Publisher.
- Nuryani, Y., & Winata, A. Y. S. (2023). Mengukur Minat Berkunjung Kembali Atas Dasar Media Sosial Dan Citra Destinasi Wisata Pantai Lon Malang Di Sampang. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 3(4), 613–628.
- Permono, V. R., & Pasharibu, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pizza Hut. *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, Volume 04*, 47–61.
- Prasetya, A. Y., Savitri, D. A. M., & Kurniawan, B. (2023). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student (JIS)*, 1(1), 202–219.
- Pratama, R., & Adriyanto, A. T. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Customer Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Studi pada Pelanggan di Bengkel Ravi Motor Juwana-Pati. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 241–250.
- Prihatiningtyas, G., & Chasanah, U. (2022). KONSUMEN DI BLANCO COFFEE YOGYAKARTA Gita Prihatiningtyas dan Uswatun Chasanah. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(2), 1–18.
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Education Management Research Data Analysis : Comparison Of Results Between Lisrel , Tetrad , GSCA ., *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2).

- Putra, R., Manajemen, M. D., Harga, P., Produk, K., & Produk, K. (2021). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk , Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 2(4), 516–524.
- Putratama, J., Prahutama, A., & Suparti, S. (2021). Analisis Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone Samsung Menggunakan Metode Partial Least Square Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang. *Jurnal Gaussian*, 10(2), 293–302.
- Rahadi, D. R., & Farid, M. M. (2021). *MONOGRAF ANALISIS VARIABEL MODERATING* (P. Adi & M. Muslih (eds.); I). CV. Lentera Ilmu Mandiri.
- Ramadhan, 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 Entrepreneursip (JMIE)*, 1(4), 771–785.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *DIGITAL MARKETING: KONSEP DAN STRATEGI* (R. Romindo & E. Sudarmoto (eds.); I). Insania.
- Reken, F., Erdawati, E., Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, H., Fatmawati, F., Suprihartini, L., & Masliardi, A. (2024). *PENGANTAR ILMU MANAJEMEN PEMASARAN* (M. G. Indrawan (ed.); I). CV. Gita Lentera.

- Rifki, M., & Mazaya, M. (2022). The Relationship of The Marketing Mix to Customer Loyalty in DetailBOX Autodetailing Center. *Propaganda*, 2(1), 110–120.
- Riyanto, S., & Setyorini, W. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan SmartPLS 4.0* (H. A. Mumtahana (ed.); I). CV Budi Utama.
- 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.
- Sandro, N. R. S., Akbar, A., & Haeruddin, M. I. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Jurnal Manajemen*, 2, 18–26.
- Saputera, M. T., Romadhoni, B., & Indrayani, S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Smartphone. *Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan*, 14(2), 186–195.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarPLS 7.0 - Untuk Hubungan Nonliner dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (C. Mitak (ed.); I). CV Andi Offset.
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economia*, 2(2).
- Simarmata, A., Jocom, S. G., & Kaunang, R. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7p) Pada Black Cup Coffee Roaster Di Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Agri-SosioEkonomi*, 18(3),

699–708.

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (1994). *FUNDAMENTALS OF MARKETING (X)*. McGraw-Hill.

Sudirjo, F., Koynja, J. J., Yuniar, E., Hasan, H., & Sutaguna, I. N. T. (2025). MANAJEMEN PEMASARAN. In *Yayasan Putra Adi Dharma (I)*.

Sugiyono. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D (I)*.

Supriadi, I., & Yessy, A. (2025). *Partial Least Square : Konsep dan Aplikasi dengan SmartPLS (I)*. Jejak Pustaka.

Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.

Susanti, M., & Dharma, U. B. (2021). Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Likuiditas , Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis (JIKB)*, XII(2).

Sutikno, B., Mufidah, E., Latifa, A., & Pasuruan, U. M. (2021). Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 6(3), 47–54.

Swarjana, I. K. (2022). *POPULASI - SAMPEL Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian* (E. Risanto (ed.); I). ANDI (Anggota IKAPI).

Tonda, F., & Asif Khan, M. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature

- Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(3),
- Tugiman, T., Herman, H., & Yudhana, A. (2022). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Model Utaut Untuk Evaluasi Sistem Pendaftaran Online Rumah Sakit. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(2), 1621–1630. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i2.2227>
- Ulandari, O. (2023). Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi 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.
- Utama, A. P. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN KONSEP DASAR DAN RUANG LINGKUP (I)*. CV. Adanu Abimata.
- Utomo, H., Wibowo, M. A., & Istiyanto, A. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Mediasi Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Smart. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 9(2), 254–269.
- Wahab, A., Syahid, A., & Junaedi, J. (2021). Penyajian Data Dalam Tabel Distribusi Frekuensi Dan Aplikasinya Pada Ilmu Pendidikan. *ELJOUR : Education and Learning Journal*, 2(1), 40–48.
- Walean, R. H., Harianja, H., & Natalie Karwur, E. (2020). the Effect of Marketing Mix Towards Consumer Purchase Intention in Carrefour Transmart Kawanua. *Karwur Klabat Journal of Management* |, 1(2), 21–22.
- Wibowo, A. E. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Xiaomi Di Kota Magelang. *FEOENEFECIUM : Bussiness and*

Economics Conference in Utilizing of Modern Technology, 2(1).

- Wijaya, A., Putra, F. A., Dermawan, I., Slahanti, M., Fitriani, H., Kurniawan, W., Samsudin, U., Rahayu, S., Hakim, L., & Munadiyan, A. El. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN (Marketing Mix 7p Produk Barang Dan Jasa) (I)*. Lakeisha.
- Wijayanti, T. C., Rahmawati, R., Sadarrudin, M. A. P. A., Johan, J., & Darma, D. C. (2022). Causality Validation of Three Marketing Mix Components and Interest in Smartphone Purchase Decisions. *Jurnal Sositologi*, 21(2), 182–194.
- Wulandari, S., & Yunita, R. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank BSI Kc Madiun. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 36–42.
- Yanti, C. A., & Akhri, I. J. (2021). Perbedaan uji korelasi pearson, spearman dan kendall tau dalam menganalisis kejadian diare. *Jurnal Endurance : Kajian Ilmiah Problema Kesehatan*, 6(1), 51–58.
- Yendra, N., Rosa, Y. Del, Abdillah, A., & Rismanda, R. (2024). Keputusan Pembelian Smartphone Berdasarkan Customer Relationship Management dan Marketing Mix Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 26(2), 344–357.
- Zaenudin, A., Syaifulloh, M., Sucipto, H., & Riono, S. B. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan, Marketing Mix, dan Psikologis terhadap Minat Beli Nasabah pada Produk Nongadai Kredit Mikro Jaminan BPKB (Studi Kasus pada PT Pegadaian Losari Cirebon). *JECMER: Journal of Economic, Management and*

Entrepreneurship Research, 2(4), 33–50.

Zahrah, A., Mandey, S. L., Mangantar, M., Manajemen, J., Ekonomi, F., Sam, U., & Manado, R. (2021). Analisis Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada UMKM RM. Solideo Kawasan Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 216–226.

Zakirman, A. W., & Farlis, F. (2025). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Machudum Kota Padang. *JBEM : Journal of Business Economics and Management*, 2(1), 1747–1763.