

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah MS Glow di Kecamatan Prigen). *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2), 147. <http://dx.doi.org/10.47201/jamin.v4i2.90>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 6(3), 38–47. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Agusti, M., Utari, W., & Mardi W, N. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Perantara (Studi pada Wisatawan Desa Wisata Energi Migas Teksas Wonocolo di Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 804–818.
- Alamudi, F. F., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen Warung Jumbo secara online selama masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(12), 1–15.
- 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), 51–60. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.263>

- 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
- Anisah, R. L., Dhatu, F. S., Rizqy Pratama, M., & Wardani, H. P. (2023). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Pada Usaha “Twentyone Cake.” *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 2(3), 1–8.
- Arifin, M. Z., Rosyidah, I. M., & Bisari, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV. Karya Apik MAN 3 Jombang). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(2), 4873–4886. <https://doi.org/10.47492/jip.v3i2.1751>.
- Arisanti, P. (2021). Tren Gaya Hidup Milenial, Identitas Sosial dan Desain Coffe Shop. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(4), 579-590. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i4.3318>.
- 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*.
- Atala, C. F., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). *Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare “Skintific”*. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 265-282. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i1.860>.
- Ati, D. C., Samari, & Kurniawan, R. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Homely Koffee

- Kediri. Simposium Manajemen dan Bisnis III, 3, 2024.  
<https://doi.org/10.29407/41mmgw10>.
- Bahari, A. F., & Basalamah, J. (2019). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Customer Relationship Management Serta Dampaknya pada Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan Kota Makassar. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1), 11–21. <https://doi.org/10.33096/jmb.v6i1.155>.
- Baharuddin, A., & Sudaryanto, B. (2021). Pengaruh store atmosphere terhadap repurchase decision dan loyalitas konsumen pada coffee shop (Studi pada konsumen coffee shop di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(5), 1–6.
- Budiarno, Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. 2022. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.” *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* 19(2)
- Darwin, M., & Umam, K. (2020). Analisis Indirect Effect pada Structural Equation Modeling. *Nucleus*, 1(2), 50–57. <https://doi.org/10.37010/nuc.v1i2.160>
- Dewi, N. N., & Wibowo, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Minimarket. *Jurnal Ecopreneur*.12, 4(1), 30–52. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i1.919>.
- 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>.

- Edriani, D. (2021). *Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen*. Jurnal Ekobistek, 10(2), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i21.114>.
- Fadila, S., & Apriani, W. (2023). Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di TransmartTuparev Karawang. Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA), 1(2), 239–259. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i2.1591>.
- Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). *Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare “Skintific”*. SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen, 2(1), 265–282. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i1.860>.
- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 2(6). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6>
- Firmansyah, M. A. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran (M. . Dr. M. Anang Firmansyah, S.E. (ed.); 1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media, Pasuruan, Jawa Timur
- Firdaus. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Private Label Indomaret (Studi Pada Konsumen Indomaret Di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi). Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan, 9(1), 1–14.
- Ghozali, Imam, 2008a, Model Persamaan Struktural, Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Giovani, R. R. & Purnawan, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 11, No. 1, Hal. 10 – 17.
- 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.
- Gunawan. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Mesin Pencari Terhadap Peningkatan Penjualan Umkm. *Digital Marketing*. Media Sains Indonesia.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* Volume 7 No. 1. <http://dx.doi.org/10.24014/ekl.v7i1.30069>
- Hamdali, R. N., & Melinda, T. 2021. “Analisis Pengaruh Service Marketing Mix 7P Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Kozko Digital Printing Surabaya.” *Media Mahardhika* 20(1): 37–49. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v20i1.316>.
- Hantika, S., Farida, N., & Widiartanto. (2023). Pengaruh kesadaran merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen melalui pembelian ulang (Studi pada konsumen produk merek Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 175–183.
- Harinie, L. T., Triyono, A., Saputri, M. E., Hanafiah, H., Arissaputra, R., Wijaya, N. P. N. P., ... & Mansur, D. M. (2023). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2013). *Structural Equation Modeling*. PT. Intermedia Personalia Utama. Bekasi.

- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). *Analisis pengaruh citra merek dan mutu layanan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen*. *Jurnal Industri Elektro dan Penerbangan*, 4(2).
- Hilmiyah, E. A., & Fadhillah, N. (2025). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Seblak Bestie Glatik Ujungpangkah. *Jurnal Qiema (Qomaruddin Islamic Economics Magazine)*, 11(2), 101-117. <https://doi.org/10.36835/qiema.v11i2.4643>.
- Hun, K. B., Legimin, F. A. E. P., Dhae, Y. R., Niha, S. S., Watu, E. G. C., & Goetha, S. (2023). Kajian hubungan antara kualitas pelayanan e-commerce, kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(4), 3832–3841.
- Ibnurizal, F., Yulistyawati Evelina, T., & Kurniawan Murtiyanto, R. (2025). Analisis strategi marketing mix terhadap peningkatan jumlah pengunjung pada Cafe Radio Kopi Kebumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(3), 1895–1905.
- Irwanto, M. R., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh kepuasan konsumen dan promosi terhadap niat pembelian ulang konsumen Shopee saat pandemi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 289–296. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.17438>.
- Isfansyah, H. A., & Widodo, A. (2021). Pengaruh *marketing mix* 4P (*product, price, place, promotion*) JNE terhadap loyalitas pelanggan JNE melalui variabel intervening kepuasan pelanggan JNE. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi (JMBI) Unsrat*.

- Junaidi. (2021). Aplikasi Amos dan Structural Equation Model (SEM). UPT Unhas Press.
- Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2009). Marketing Management. In Pearson (Vol. 53, Issue 9).
- Kotler, Philip. (2010). Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane (2008), Manajemen Pemasaran, John Wiley & Sons In.c, Amerika
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of Marketing. Prentice Hall.
- Kusi, E., Simarmata, J. E., & Salsinha, C. N. (2024). Pemodelan Persamaan Struktural Kemampuan Akademik dan Lingkungan Sekolah Siswa Sebagai Faktor Penentu Dalam Memilih Perguruan Tinggi Negeri (PTN) Bagi Siswa Kelas XII. Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi. Vol. 1, No. 1, Hal. 34 – 44.
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
- Maharini, S. & Musnaini. 2024. Pengaruh Marketing Mix (Product, Price, Promotion & Place) Terhadap Minat Beli Produk Oleh Konsumen Pada 165 Jambi Night Market. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan. Vol. 13, No. 1, Hal. 229 – 242. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.27434>.
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J. F. A., & Rogi, M. H. (2021). Analisis faktor-faktor bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian pada Rumah

- Makan Podomoro Poigar di era normal baru. *Jurnal EMBA*, 9(2), 110–121.  
<https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.33281>.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, H. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. Vol. 3, No. 2, Hal. 716 – 727.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Y.O.U pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 477–487. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA*, 10(4), 44–55. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.288>
- Mayang, A., Astuti, I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). In Anissa Mayang Indri) *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 17, Issue 2). <https://doi.org/10.21831/jim.v17i2.34175>.
- Mayasari, R. D., & Muawanah, R. (2024). Analisis Marketing Mix terhadap Produk Tadyra (Tabungan Ady Hari Raya) di BPR ADY JEMBER Cabang Rambipuji. *Jurnal Akuntansi Keuangan* [https://doi.org/01\(04\), 979–984](https://doi.org/01(04), 979–984).
- 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.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7758162>.

Mutmainna, Sofyan B., Thahir I. M. C. (2025). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian di CM Resto & Cafe Kecamatan Kulo Kabupaten Sidenreng Rappang. *Indonesian Journal of Digital Business*, 5(2), 355-364. <https://doi.org/10.17509/ijdb.v5i2.88148>.

Muzani, A., Arifah, U., & Aliefah, A. N. (2023). Analisis Marketing Mix dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Home Industry Keripik Singkong Ayu di Banjareja Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*. Vol. 2, No. 1, Hal. 157 – 182

Nuraini, W. (2021). *Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen (Survey pada Konsumen Swalayan Ismart Ponorogo)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

Pratama, A. J., & Rachman, M. E. 2023. “Analisis Marketing Mix Terhadap Target Penjualan Kafe DR. Koffie.” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)* 7(4): 1258–1265.

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. <https://doi.org/10.33005/juminten.v1i3.63>.

Putri, N. B., & Effendy, J. A. (2022). Analisa Pengaruh Product, Price, Place, dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Goreng Echo. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 7(5).

- Rinaldi, M., Prayudyanto, M. N., & Syaiful, S. (2021, November). Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek Dengan Metode Uji Asumsi Klasik Dan Uji Regresi Linear Berganda. In *Seminar Nasional Ketekniksipilan, Infrastruktur dan Industri Jasa Konstruksi (KIIJK)* (Vol. 1, No. 1, pp. 309-315).
- Rezfajri, M., Kurnia, D. P., & Suyono. (2021). The Effect of Product, And Price on Purchase Decision and Customer Loyalty at PT. Mura Maha Agung Employees. *Jurnal Bisnis Terapan*. Vol. 1, No. 1, Hal. 62 – 73.
- Ridhahani. (2020). Metodologi Penelitian Dasar (Vol. 136, Issue 1). Pascasarjana Universitas Islam Negeri Antasari.
- Rismawan, A., Mulyana, T., & Munawar, S. (2021). Pengaruh experiential marketing terhadap minat pembelian ulang serta dampaknya pada loyalitas pelanggan di PD. Sinar Berkah. *Journal of Knowledge Management*, 15(2), 99–107. <https://doi.org/10.52434/jkm.v15i2.3133>.
- Rohmah, N. (2025). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Customer Review, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Wardah (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Ruung, E. S., Tamp, J. R. E., & Tumber, T. M. (2024). Pengaruh Promosi Melalui Marketplace Shopee terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Lotion di Kalangan Mahasiswa. 5(2), 849–853.
- Rachman, W., Waluyo, M, & Hidayat, R (2025) BUKU PANDUAN STRUCTURAL EQUATION MODELING. *Repository UPN Veteran Jatim*.

- Saat, S., & Mania, S. (2020). Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). PUSAKA ALMAIDA.
- Safitri, D. I. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Kosmetik Di Toko Kosmetik Kota Semarang (Doctoral dissertation, STIE Bank BPD Jateng).
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>.
- Saputra, A. R., & Kustini, K. (2024). Strategi Promosi Digital pada UMKM sebagai Penerapan Marketing Mix 4P. *Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 259-268. <https://doi.org/10.31537/dedication.v8i2.1983>.
- Satriadi., Wanawir., Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Setiawan, R. A., Askolan, A., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 6(2), 188.
- Sihombing, R. E., Nugroho, S. D., & Toha, E. (2023). Citra merek, lokasi, dan persepsi harga meningkatkan kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. *CAKRAWALA – Repositori IMWI*, 6(4), 1215–1227. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i4.459>.

- 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. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 18(3), 699–708.
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2023). Perilaku Konsumen Strategi dan Teori. Tigor.
- Siregar, A. M. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Mimbar Kampius: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam, 21(2), 96–103. <https://doi.org/10.17467/mk.v21i2.884>
- Sofiah, M., Ramadhani, S., & Rahmani, N. A. B. (2023). Analisis pengaruh bauran pemasaran 4P (*product, price, promotion, and place*) terhadap keputusan pembelian pada UMKM. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 122–141. <https://doi.org/10.26623/jreb.v16i2.7288>.
- Sudarto. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Kualitas Layanan dan Niat Beli Kembali Pada Ojek Online di Indonesia. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 101–110.
- Sugiono, Noerdjanah, & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>
- Suhartini, Haeril, Afiati, L., Awaludin, Radat, M. I., Mustafa, Latief, F., Mubyl, M., Kurnia, F., & Lazuardi, B. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Lajagoe Pustaka.
- Sumowo, S., & Saidah, N. (2024). Pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Stasiun Cafe Balung Jember. *Jurnal Mahasiswa*

Entrepreneurship (JME), 2(1), 47-51.

<https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2625>.

- Sundari, E & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Riau : UIR PRESS
- Suryadarma, M. A. & Aulia, P. (2023). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Shopee Food di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol. 7, No. 2, Hal. 659 – 666. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1380>.
- Susanto, H. A., & Otoluwa, N. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros. *Jurnal Brand*, 2(1), 141.
- Tambayong, J. D., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2021). *Analisis pengaruh marketing mix (4P) terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Ayam Penyet Sugi Rasa Khas Cirebon Manado*. *Jurnal EMBA*, 9(3), 131–140.
- Tarigan, N. F. (2024). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Laundry Kucek-Kucek Di Kabanjahe* (Doctoral Dissertation, Universitas Quality Berastagi).
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Tjiptono, F. (2020). *Manajemen Jasa* (2nd ed.). ANDI OFFSET.
- Waluyo, M. & Rachman, M. (2024). *Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling (SEM)*. Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Group

- Waluyo, Minto, 2011, Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modeling, Untuk Aplikasi Penelitian Industri, psikologi, Sosial dan Manajemen, Indeks, Jakarta.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. I., Dalfian., Nurcahyati, S., Devriany, A., Khairunnisa., Lestari, S. M. P., Rusdi., Wijayanti, D. R., Hidayat, A., Sjahriani, T., Armi., Widya, N., & Rogayah. (2023). Buku Ajar Metode Penelitian. Pangakpinang: CV Science Techno Direct.
- Wingdes, I. & Calvin, H. Y. (2023). Interaktivitas Faktor Pada Bauran Pemasaran Terhadap Repurchase Intention Pada Café. *Accumulated Journal*. Vol. 5, No. 1. <https://www.doi.org/10.22303/accumulated.5.1.2023.01-13>
- Yeo, C., Handayani, F., Sari, R., & Syahputro, S. B. (2024). Analisis Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Pembangunan Tanjungpinang). *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 1(06), 1160-1164.
- Yudapatty, S., Sutopo, H., & Bramastyo, R. M. (2021). Pengaruh Lokasi, Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Admiral Navy Coffe Cafe di Surabaya. *Ubhara Management Journal*, 1(1), 1–8.
- Zahra, A. R., & Aslami, N. (2021). *Analisis perilaku konsumen asuransi. VISA: Journal of Visions and Ideas*, 1(1), 46–53.
- Zunaidi, A., & Rahmah, R. (2021). *Penerapan Strategi Pemasaran Wisata Kolam Pancing “Cak Rul Fishing” dalam Perspektif Marketing 4.0*. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 1(2), 130–145. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v1i2.153>.