

## DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2013). *Structural Equation Modeling*. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Azhar, A., Purwaamijaya, B. M., & Prehanto, A. (2024). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Repurchase Intention Pada Kopi dan Rempah Trem di Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(10), 1–10. <https://doi.org/10.56799/jim.v3i10.5001>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (Edisi terbaru). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Agustin, H., Rosmita, R., Yusnidar, Y., & Siregar, A. (2025). Menjelajah Peluang dan Strategi Pasar Makanan di Indonesia.
- Adhairani, D., Aisyah, S., & Nurbaiti, N. (2024). Pengaruh *Marketing Mix* (7p) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rd Cafe Kota Binjai. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 17(1), 411-425. <https://doi.org/10.51903/kompak.v17i1.1836>
- Ahmad, A. S., & Ali, H. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran: Analisis Produk, Tempat Dan Promosi (Literature Review Manajemen Strategik). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(2), 136-148. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i2.336>

- Ali, S. I., & Pardalepi, S. (2025). Analisis Strategi Pasar: Pendekatan Dalam Menentukan Segmen Dan Target Konsumen. *Multidisciplinary Journal Of Religion And Social Sciences*, 2(1), 47-57.
- Anggraini, F., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di Kalangan Generasi Z: Literature Review. *Journal Of Management And Creative Business*, 3(1), 62-73.  
<https://doi.org/10.30640/jmcbus.v3i1.3450>
- Arkana, P. T., & Isa, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Pembelian Ulang (Studi Kasus Konsumen Sepatu Ventella Di Surakarta). *Al-Mikraj Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-Issn 2745-4584)*, 4(02), 482-500.  
<https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.4764>
- Arliyah, R. S., & Vania, A. (2025). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variable Intervening. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 3(4), 1045-1054. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v3i4.159>
- Astuti, P. W., Hasibuan, M. I., & Hansyah, P. (2025). Analisis Faktor-Faktor *Marketing Mix* Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Toko Sembako Hasibuan. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 1412-1422.  
<https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.15042>
- Azizah, A., Btari, M. P., & Adi, P. (2024). Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Repurchase Intention Pada Kopi Dan Rempah Trem Di Tasikmalaya. *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ycpe Dumenu: Cv Ulil Albab Corp*, 3(10), 1-10.

- Bahri, S., & Rosandy, A. B. (2025). Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix 4p*) Dalam Prespektif Ekonomi Syariah. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 1807-1811. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i2.1515>
- Budi, A. D. A. S., Septiana, L., & Mahendra, B. E. P. (2024). Memahami Asumsi Klasik Dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam Tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, Dan Autokorelasi Dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(01), 1–11. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i01.878>
- Cesarina Elwindra, C. E. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ohana Enterprise Wedding Organizer/Cesarina Elwindra/28209070/Pembimbing: Tumpal JR Sitinjak.
- Dahrial, D., Putra, E. S. I., & Wilastra, D. (2025). Analisis Physical Fitness Mahasiswi Program Studi Pendidikan Jasmani, Kesehatan Dan Rekreasi Universitas Islam Indragiri Tahun Akademik 2024/2025. *Jurnal Olahraga Indragiri*, 9(1), 64-73. <https://doi.org/10.61672/joi.v9i1.2941>
- Damayanti, R. D. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Tempe Handayani* (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Danuarta, S. N., & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone Di Kota Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 400-410. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i2.95941>
- Darmawati, V. D., Wulandari, A. Y. R., Putra, D. B. R. A., & Sulastri, E. (2025). Validitas Instrumen Soal Literasi Sains Pada Konteks Batik Madura Materi

- Unsur, Senyawa, Dan Campuran. *Jurnal Pendidikan Mipa*, 15(1), 173-183.  
<https://doi.org/10.37630/jpm.v15i1.2284>
- Devi, S. P., Mahardhika, E. H., Rahayu, W. P., & Winarno, A. (2025). *Marketing Mix Dan Kewirausahaan. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 56-76. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3139>
- Efendi, M. Y., Putri, I. E. E. F., Taqwima, A. P., Subroto, A. A., & Mashudi, M. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, *Physical evidence*, Experimental Marketing Dan Wom Communication Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Bosque Coffee). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(1), 79-90.  
<https://doi.org/10.47709/jebma.v4i1.3538>
- Fadiyah, S. N., & Munawaroh, M. (2025). Analisis Manajemen Sumber Daya Manusia Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *MASMAN Master Manajemen*, 3(1), 123-133. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.716>
- Fatimah, S. N. (2025). *Pengaruh Brand Trust, E-Word Of Mouth Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Garnier Micellar Water Pada Gen Z Di Kebumen* (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- 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>
- Halawa, R. M., Telaumbanua, A., Waruwu, M. H., & Zebua, S. (2025). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Murai

- Coffee Gunungsitoli. *RIGGS: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(3), 2211-2224. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2298>
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2013). Structural equation modeling untuk penelitian manajemen menggunakan AMOS 18.00. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Herawati, A. D., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2025). Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Seafood Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 2(7), 1434-1451. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3557>
- Herawati, N., & Brotojoyo, E. (2025). Strategi Keputusan Pembelian Melalui Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Probank*, 10(1), 30-46. <https://doi.org/10.36587/probank.v10i1.1948>
- Herman, P. Y., Nurfarhanah, N., & Ardi, Z. (2025). Literatur Review: Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Perencanaan Karier Siswa Dalam Layanan Bimbingan Konseling. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(12).
- Hermanus, R., Rehatta, G., & Sinay, F. R. (2025). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kosmetik Temulawak The Face. *Atom: Jurnal Riset Mahasiswa*, 3(2), 76-83. <https://doi.org/10.30598/atom.3.2.76-83>
- Hidayat, R., & Wulandari, P. (2022). *Structural Equation Modelling (Sem) In Research: Narrative Literature Review*. *Open Access Indonesia Journal Of Social Sciences*, 5(6), 1669–1679. <https://doi.org/10.37275/oaijss.v5i6.141>

- Ikaningtyas, M., Trimono, T., Sanistasya, P. A., & Anisykurlillah, R. (2025). Model Sem: Pendekatan Kuantitatif Untuk Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Shopee. *Jurnal Gaussian*, 14(1), 200-211. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.14.1.200-211>
- Jumaidi, J. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Rawat Inap Kecamatan Haruyan Kabupaten Hulu Sungai Tengah. *Al Idara Balad*, 6(2), 361-369. <https://doi.org/10.36658/aliidarabalad.6.2.906>
- Junaidi. (2021). Aplikasi Amos Dan Structural Equation Model (Sem). Upt Unhas Press.
- Kuncahyo, B. (2025). *Pemodelan Persamaan Struktural Untuk Penelitian Perkebunan Kelapa Sawit*. Goresan Pena.
- Latifah, A., Rosadi, A., & Agustin, E. (2022). Analisis Budaya Religius Terhadap Kecerdasan Emosional Korelasi Dengan Akhlak Siswa Di Smp Nu Shofiyatul Huda Sukaresmi Cianjur. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(03), 849-868. <https://doi.org/10.30868/ei.v11i03.2533>
- Lin, E. G. M., & Kristian, A. H. (2026). Determinan dalam membangun retensi pelanggan produk DIY melalui optimalisasi promosi, orang, proses, dan bukti fisik di Kalimantan Barat. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 5(1), 720–727. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6065>
- Lutfiah, R. I., Widayanti, S., & Winarno, S. T. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Minat Beli Konsumen Di Okui Kopi 3.0 Surabaya. *Jurnal Ilmu Pertanian, Kehutanan Dan Agroteknologi*, 2580-0035.

- Manupassa, D. F., Lopian, S. L. J., & Gunawan, E. M. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Tiket Bioskop Pada Pengguna Aplikasi Tix Id Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 13(01), 134-145.
- Manzis, Z., Kurniawan, R., & Wijaya, Y. A. (2024). Penerapan X-Means Clustering Terhadap Hasil Kuesioner Website Virtual Tour Stmik Ikmi Cirebon System Usability Scale (Sus). *Jati (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(3), 2863-2869. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i3.9575>
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikotjco, F. (2022). Model Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang: Analisis Promosi Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3), 571-586. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i3.66>
- Marsya, A., Musthofa, M. A., & Nurjali, N. (2025). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Keripik Pisang'merasa'di Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 12(1), 39-52. <https://doi.org/10.53429/jdes.v12i1.1261>
- Maulana, K. (2025). Implementasi *Marketing Mix* 11p Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Konter Dadi Cellular. *Prosiding Frima (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 1(8), 2114-2120.
- Mubaraq, A., & Ningtyas, A. P. (2025). Urgensi E-Service Quality Untuk Penguatan Kepercayaan Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1), 112-125. <https://doi.org/10.55598/jmk.v17i1.29>

- Munzilin, A., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Hijab. *Jurnal Investasi Islam*, 6(1), 725-743. <https://doi.org/10.32806/ivi.v6i1.695>
- 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>
- Najwa, S. C., Ovalingga, N. D., Nazhiroh, H., Akbar, R., & Fitri, F. *Structural Equation Modeling Partial Least Square (Sem-Pls) For Comparing Public Speaking Anxiety Conditions Of Social And Science Students*. <https://doi.org/10.24036/ujsds/vol1-iss5/132>
- Nasution, E. S. (2025). Pengaruh Harga, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(2), 363-367. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.504>
- Nurdayanti, A. (2025). Analisis Penerapan *Marketing Mix 7p* Pada Toko Besi Berkat Anugrah Bandung. *Jurnal Study And Management Research*, 22(1), 34-40.
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (*Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical evidence*) 7p Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119-127. <https://doi.org/10.25157/jmt.v8i2.2669>
- Nurpadilah, A. S., Putri, A. S., Thooriq, A., Lu, A., & Azis, A. (2025). Skala Sikap Dan Teknik Skoring Dalam Penilaian Psikomotorik: Pendekatan Terpadu Untuk Evaluasi Pendidikan Modern. *Indonesian Journal Of Education*, 2(1), 374-380. <https://doi.org/10.71417/ije.v2i1.606>

- Pakpahan, E. P., Prayudi, A., & Pribadi, T. (2025). Pengaruh Bauran Pemasaran (Strategi *Marketing Mix 7p*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pasar Pajus Kelurahan Padang Bulan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 6601-6616. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i1.18272>
- Pratasya, M., Nada, L. Q., Nanda, R. T., Harnida, S., Pratiwi, U., Mauluddin, A., ... & Alpenita, V. (2025). Penelitian Korelasi. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 2644-2655.
- Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). *Structural Equation Modeling (Sem)* Untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Keselamatan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Ambon. *Indonesian Journal Of Applied Statistics*, 4(1), 1-13. <https://doi.org/10.13057/ijas.v4i1.45784>
- 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). <https://doi.org/10.37715/jp.v7i5.3202>
- Ramadani, U. P., Muthmainnah, R., Ulhilma, N., Wazabirah, A., Hidayatullah, R., & Harmonedi, H. (2025). Strategi Penentuan Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian Pendidikan: Antara Validitas Dan Representativitas. *Qosim: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 574-585. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1021>
- Ramadhani, A. N., & Siahaan, R. F. B. (2025). Pengaruh *Marketing Mix* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kolam Renang Asri

- Saentis. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 30-37.  
<https://doi.org/10.30651/imp.v5i1.26040>
- Ramadhani, F. Y., & Ali, H. (2025). Determinasi Keputusan Pembelian: Analisis Strategi Pemasaran, Perilaku Konsumen Dan Teknologi. *Dinasti Information And Technology*, 2(4), 145-155. <https://doi.org/10.38035/dit.v2i4.1793>
- Ramadhaniar, A., Fatmawati, A. D., Syifa, K. A., & Ulfah, M. (2025). Implementasi Strategi *Marketing Mix* Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt Sarana Kencana Mulya Jember. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(3), 302-307. <https://doi.org/10.59435/menulis.v1i3.112>
- Rohmatillah, N. N., Sari, L. P., & Pramitasari, T. D. (2023). Pengaruh Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Financial Distress Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (Jme)*, 2(1), 74–77. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2634>
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 39-47.
- Rusnovia, H., & Aryani, L. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 1-13. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2>
- Sahatmana, G. W., & Darmawan, D. P. (2025). Analisis Faktor Internal Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Peternakan Ayam Petelur Di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan: Analisis Faktor Internal Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Peternakan Ayam Petelur Di Kecamatan Penebel, Kabupaten

- Tabanan. *Journal Science Innovation And Technology (Sintech)*, 5(2), 73-84.  
<https://doi.org/10.47701/810pnb44>
- Salamah, U., Hambali, F., & Royani, A. (2025). Analisis Korelasi, Regresi, Dan Anova: Serta Contoh Penggunaannya Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa Arab. *Jurnal Teologi Islam*, 1(2), 258-274.  
<https://doi.org/10.63822/4kgpwy25>
- Septiana, K. A. (2025, March). Analisis Kelayakan Wi-Fi Coin Cleon Di Pt Saranainsan Mudaselaras Menggunakan Skala Likert. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Lppm Universitas' Aisyiyah Yogyakarta* (Vol. 3, Pp. 932-940).
- Setiawan, T. A., Siswadi, B., & Arifin, Z. (2025). Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Stroberi Melalui Konten Tiktok (Studi Kasus Pt. Akar Lebat Group, Kota Batu). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 13(01).
- Shabrina, S. A., & Budiarmo, 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>
- Shafwah, A. W., Hartono, H., & Nugeraha, P. (2025). Analisis Faktor Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Pada Minat Beli Ulang Spotify Premium: Peran Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 3(2), 175-187.

- Sholeh, M. I., & Idris, I. (2024). Keberlanjutan Bisnis Kuliner Di Tengah Dinamika Pasar: Pengalaman Albarokah Chicken. *Jurnal Dinamika Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(1), 47-56.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi Dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721-2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sugiarto, M. K. (2025). *Analisis Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Susanti, I. S. I. (2022). Penerapan Metode Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Mengatasi Masalah Multikolinearitas Pada Kasus Indeks Pembangunan Manusia (Ipm) Di Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Gamma-Pi*, 4(2), 10-17.
- Tobing, D., & Ruswanti, E. (2025). Pengaruh Pengalaman, Kepercayaan Merek Dan Lokasi Terhadap Niat Pembelian Ulang Rumah Secara Online. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 14(3), 1627-1643. <https://doi.org/10.31959/jm.v14i3.3299>
- Ulin, B. A., Salean, D. Y., Riwu, Y. F., & Fanggidae, R. P. (2025). Pengaruh Fapengaruh Faktor Psikologis, Pribadi Dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone Di Kota Kupangktor Psikologis, Pribadi Dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone Di Kota Kupang. *Glory Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(3), 793-803. <https://doi.org/10.70581/glory.v6i3.18390>

- Utama, A. C. (2025). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Rama Shinta Di Kota Banjarmasin* (Doctoral Dissertation, Ibitek).
- Waluyo, D. I. M., & Rachman, M. S. M. (2024). Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi *Structural Equation Modeling* Studi Kasus Sinergi Tool SEM Dan Metode Strategi. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling ( Edisi Revisi ). Literasi Nusantara.
- Waruwu, M., Puat, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan Dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917-932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Wijaya, Z. R., & Sanusi, F. D. (2021). Pengaruh Customer Experience, Location Dan *Product Diversity* Terhadap Repurchase Intention. *Cakrawala Repositori Imwi*, 4(2), 207-217. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v4i2.86>
- Yuningsih, R., & Andriani, E. (2020). Gambaran Deskriptif Usaha Modern “Bakmi Gm” Dan Usaha Tradisional “Bakmi Veteran”. *Jurnal Gizi Dan Kuliner*, 1(2), 14-22. <https://doi.org/10.35706/giziku.v1i2.4662>
- Yusepa, W. Y., Kamilawati, A., Agesti, P. T., & Sanjaya, V. F. (2024). Peran Competitive Advantage Dalam Menarik Konsumen Di Pasar Lokal (Studi Pada Topshop Bandar Lampung). *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 29-40.
- Zakharia, M. S., & Sujianto, A. E. (2022). Pengaruh *Marketing Mix* Syariah (7p) Terhadap Minat Beli Konsumen Di Rumah Makan Ayam Lodho Pak Yusuf

Plosokandang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 835-852. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1122>