

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Arifuddin, F. Alimudin, and D. Darmawansah, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat,” *Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 1, pp. 41–52, 2023, doi: 10.53682/mk.v4i1.6451.
- [2] Y. Harwani and F. Fauziyah, “Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan,” *Bus. Econ. Commun. Soc. Sci. J.*, vol. 2, no. 3, pp. 285–291, 2020, doi: 10.21512/becossjournal.v2i3.6659.
- [3] Z. Ovidani and W. Hidayat, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Dafam Semarang,” *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 167–174, 2020, doi: 10.14710/jiab.2020.27277.
- [4] Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, vol. 11, no. 1. 2019.305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- [5] A. Ariyanto, *Manajemen Pemasaran*. 2023.
- [6] Erika Dwi Rahmawati, Diva Fitriyatin Nufus, and Mohamad Bastomi, “Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion) Terhadap Strategi Pemasaran Pada Kerajinan Rotan (Studi Kasus: UMKM Teq Production),” *Muqaddimah J. Ekon. Manajemen, Akunt. dan Bisnis*, vol. 2, no. 3, pp. 37–58, 2024, doi: 10.59246/muqaddimah.v2i3.861.

- [7] Shandy Darma Pramulia, Eny Setyariningsih, and Kasnowo, “Pengaruh Brand Image, Label Halal Dan Product Quality Terhadap Consumer Satisfaction Produk Merhan Cv Fada Food Mojokerto,” *J. Cakrawala Ilm.*, vol. 1, no. 11, pp. 3143–3156, 2022, doi: 10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i11.2904.
- [8] A. C. Fatya, D. U. Ramadhanti, and R. Gunaningrat, “Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare ‘Skintific,’” *Sammajiva J. Penelit. Bisnis dan Manaj.*, vol. 2, no. 1, pp. 265–282, 2024.
- [9] W. J. Winowatan and I. P. Suarta, “Bauran Pemasaran Pada Desa Wisata Patengko di Mengkendek Tana Toraja,” vol. 4, pp. 2509–2517, 2024.
- [10] N. Prasastono and S. Y. F. Pradapa, “Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi,” *Din. Kepariwisataah*, vol. 11, no. 2, pp. 13–23, 2012.
- [11] B. Teressa, J. I. Lukito, A. Aprilia, and F. Andreani, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya,” *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 18, no. 1, pp. 1–14, 2024, doi: 10.9744/pemasaran.18.1.1-14.
- [12] M. Tiara Ghassani and D. Sri Suryoko, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Bandeng Juwana Elrina Semarang),” *Diponegoro J. Soc. Polit. Sci. Tahun*, pp. 1–8, 2017, [Online]. Available: <http://ejournal->

s1.undip.ac.id/index.php/

- [13] T. H. Windasari, Amelia Asma'ul, Nersiwad, Nersiwad, Dwihandoko, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Cassava Pada Umkm Bintang Anugrah Kota Mojokerto," *Proc. Natl. Acad. Sci.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–15, 2023,
- [14] N. Herawati, A. Hidayat, A. BSI Jakarta, and A. BSI Bogor, "Suwarsito 3) Niken Herawati 1)," *Niken Herawati*, vol. 1, no. 5, pp. 522–535, 2018.
- [15] R. Mudfarikah and R. Dwijayanti, "Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli ulang," *J. Manaj.*, vol. 13, no. 4, pp. 654–661, 2022, doi: 10.30872/jmmn.v13i4.10161.
- [16] E. Santona, "Pengaruh Perceived Ease Of Use, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Tokopedia The Influence Of Perceived Ease Of Use, Price And Promotion To Costumer Repurchase Intention On Tokopedia Skripsi Oleh," *Skripsi*, p. 95, 2020.
- [17] Jacky and Syaifullah, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Focus Digisellindo Utama," *J. Ilm. Manaj.*, vol. Volume 3 n, pp. 1–8, 2019.
- [18] S. Sinollah and M. Khilmi, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan di Lumbung Stroberi Kota Batu," *Sketsa Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 2014–225, 2022, doi: 10.35891/jsb.v9i2.3297.
- [19] Eka Yulina, "Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Dealer Honda Dan

- Dealer Toyota Palu Tinjauan Aspek Fasilitas,” *Ayan*, vol. 15, no. 1, pp. 37–48, 2024.
- [20] N. Wahyuningsih and S. Ernawati, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rocket Chicken Kota Bima [The Influence of Price and Product Quality on Consumer Satisfaction at Rocket Chicken, Bima City] (in Indonesian),” *J. Sci. Mandalika*, vol. 2, no. 5, pp. 2745–5955, 2021,
- [21] N. S. Ika Rahmawati, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan,” vol. 7, 2024.
- [22] M. Rifki, A. Wicaksana, and S. B. Santosa, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Jne Di Kota Semarang),” *Diponegoro J. Manag.*, vol. 11, no. 1, pp. 1–12, 2022,
- [23] Erna Nidya Putri dan Reni Yuliviona, “Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Hijab Zoya Di Kota Padang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening,” vol. 23, no. 2, pp. 2–3, 2023.
- [24] J. Safitri, M. Rizan, and A. D. Buchdadi, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Pelembab Wajah Ramah Lingkungan,” vol. 1, no. 12, pp. 1391–1400, 2024.
- [25] R. Kolkman and S. Blackburn, “Memahami Sumber Data Penelitian :

- Primer, Sekunder, Dan Tersier,” *Tribal Archit. Northeast India*, vol. 5, no. September, pp. 121–125, 2014, doi: 10.1163/9789004263925_015.
- [26] Suprayogo, Imam, and Tobroni, “Metodelogi Penelitian Agama,” *Metodol. Penelit.*, p. 102, 2014.
- [27] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. 2020.
- [28] R. Adolph, “Metodologi Penelitian,” pp. 1–23, 2016.
- [29] R. Maulidio, A. Dwiastanti, S. Tinggi, and I. E. Indocakti, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Amstirdam Coffee Di Malang,” *J. Ilmu-ilmu Sos.*, vol. 19, no. 1, p. 2022, 2022.
- [30] N. L. Mauliddiyah, “Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian,” p. 6, 2021.
- [31] A. C. Amalia and G. Sagita, “Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya,” *J. Sos. J. Penelit. Ilmu-Ilmu Sos.*, vol. 20, no. 2, pp. 51–59, 2019, doi: 10.33319/sos.v20i2.42.
- [32] V. Febryaningrum, A. V. Buana, A. F. Rohman, A. N. Rochmah, A. Soraya, and I. M. Suparta, “Penggunaan Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Dengan PLS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Intervening Terhadap Hubungan Variabel Independen Dan Variabel Dependen,” *J. Ekon. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 1, no. 6, pp. 258–266, 2024, [Online]. Available: <https://doi.org/10.62017/jemb>
- [33] S. Nurhalizah, G. Kholijah, and Z. Gusmanely, “Analisis Structural Equation

Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi,” *Indones. J. Appl. Stat.*, vol. 6, no. 2, p. 125, 2024, doi: 10.13057/ijas.v6i2.78921.

- [34] C. Ana Rohani, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Cv. Nj Food Industries A Effect Of Production Costs and Promotion Costs On Net Profit In CV. NJ Food Industries,” *Nusant. Hasana J.*, vol. 1, no. 4, p. Page, 2021.