

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, D. P., Ratnapuri, C. I., Aryanto, R., & Othman, N. A. (2021). Digital marketing: Implementation of digital advertising preference to support brand awareness. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(2), 1–10.
- Albari, & Kartikasari, A. (2019). The influence of product quality, service quality and price on customer satisfaction and loyalty. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 3(1), 49–64.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Anggraini, A. R., & Oliver, J. (2019). Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Mutu Pelayanan Keperawatan di Rumah Sakit Umum Haji Medan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Darmajaya, I. B. D., & Sukawati, T. G. R. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(12), 6391–6419. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i12.p1>
- Daryanto, I. S. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Dewi, C., & Sudiartha, I. G. M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8), 4539–4569. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i08.p18>
- Fadhilah, K. N., & Sugiyono, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone SAMSUNG. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(7).
- Fanny, F., Ginting, S. O., & Hutasoit, A. H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Hsbc Indonesia Cabang Perintis Medan. *Jurnal Regionomic*, 4(2), 1–9.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. In *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* (9th ed., Vol. 23). Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen npk mutiara di ud.

barelang tani jaya batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.4>

Hardiyanti, G. F. (2017). *Kegiatan komunikasi pemasaran terpadu dan ekuitas merek the Body Shop Indonesia= Integrated marketing communications and brand equity of the Body Shop Indonesia*.

Hariyanto, A., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda Beat. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 91–98. <https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1196>

Herce, M., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 6268–6276.

Ichwanto, R., & Razak, I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Global Shinsei Indonesia. *Jurnal Of Management*, 4(15), 355–370.

Idrus, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Indomie Goreng (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Parepare). *DECISION: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 120–126.

Irawan, D. W. (2021). *Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi Jeda Sebentar Wirobrajan, Kota Yogyakarta*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Isfahila, A., & Fatimah, F. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2). <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1790>

Ismail, H. A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Tupperware di Semarang. *EBISTEK: Ekonomika, Bisnis Dan Teknologi*, 2(1).

Jannah, R. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 3(2), 117–124. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v3n2.p117-124>

Jufidar, J., Abbas, F., & Safwadi, I. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Merek dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Skuter Metik Merek Honda di Kota Banda Aceh. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 3(1), 14–25. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v3i1.237>

Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.

Kotler, P. (2017). Customer value management. *Journal of Creating Value*, 3(2), 170–172.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Jakarta :Erlangga.
- Kristiana, M. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1), 113–117.
- Kurniawan, M., & Hildayanti, S. K. (2019). Analisis citra merek, harga, pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan konsumen di kota Palembang (studi kasus konsumen grab). *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 86–102.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Marpaung, F. K., Simarmata, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen indomie pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 49–64.
- Mutmainnah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201–216.
- Natalia, F. (2014). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Chandra Jaya Sukses (Produk Kursi Recliner Merek Lazboy). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Chandra Jaya Sukses (Produk Kursi Recliner Merek Lazboy)*.
- Nufus, H. (2018). Penyebab Penurunan Penjualan (Unit) Produk Alpara Kaplet Di Apotik Di Wilayah Jakarta Timur Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran Produk. *Jurnal Farmagazine*, 5(2), 31–38. <https://doi.org/10.47653/farm.v5i2.94>
- Nugraha, Y. A. (2020). The Improvement of Tourist-Village Promotion Through the Optimalization of Information and Communication Technology for Rural-Youth. *International Journal of Business, Economics, and Social Development*, 1(2), 90–98. <https://doi.org/10.46336/ijbesd.v1i2.29>
- Puspita, D. A., Ilmi, Z., & Lestari, D. (2018). Pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah oleh mahasiswi program studi ekonomi islam fakultas ekonomi dan bisnis universitas mulawarman. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM)*, 3(4), 1–7. <https://doi.org/10.29264/jiem.v3i4.3788>
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi persepsi pada pelanggan dian comp ambarawa). *Among Makarti*, 10(1). <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>

- Rahmadanti, R., Buhaerah, N., & Yulianto, H. (2020). Analisis Kelengkapan Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *MACAKKA Journal*, 1(1), 184–191.
- Ratnasari, S., Tahwin, M., & Sari, D. A. (2018). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 3(1). <https://doi.org/10.47686/bbm.v3i1.39>
- Retno, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studio Fotografi Calista Yogyakarta. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 6(1), 53–65.
- Revadi, C. E., & Sirait, K. (2020). Perancangan Aplikasi Mobile Segar Sehat Untuk Penjualan Produk Hortikultura Kebun Rumah Tangga Komplek Karyawan Pt X Dengan Menggunakan Metode Human Centered Design. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 13(2), 259–265. <https://doi.org/10.33512/jat.v13i2.9871>
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3). <https://doi.org/10.35814/jrb.v4i1.1499>
- Sanusi. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Salemba Empat.
- Saridewi, D. O., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1722–1738.
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan* (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Syach, N. F., & Prawoto, P. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Lawless Burgerbar Cibubur. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(4), 190–198. <https://doi.org/10.55904/nautical.v1i4.278>
- Telaumbanua, Z., Wirjosentono, B., & Eddiyanto, E. (2017). Pemanfaatan Asap Cair Dari Tempurung Kelapa Sebagai Koagulan Komersial Karet Alam Nias Utara. *Jurnal Teknologi Kimia Unimal*, 2(2), 55–67.

- Tjiptono, F. (2017). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran prinsip & penerapan*. Andi.
- Uniyanti, U. (2018). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Wibowo. (2012). *Manajemen Kinerja*. Penerbit PT Raja Graffindo Persada.
- Yanuar, M. M., Qomariyah, N., & Santosa, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1). <https://doi.org/10.32528/jmbi.v3i1.784>
- Zainal, A. G. (2017). Strategi Komunikasi Oleh Brand Presenter Dalam Memasarkan Produk Kepada Konsumen (The Communications Strategy by Brand Presenter in Marketing Products to Consumers). *Metacommunication; Journal of Communication Studies*, 2(1), 66–74.