

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Andrew, S. dan. (2020). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, Dan Manajemen TRI BISNIS*, 2(2), 198–217.
- Arsta, I. A. D. P., & RsiRespati, N. N. (2021). The Effect Of Sales Promotion On Purchase Decisions Mediated By Brand Image (Study On E-Commerce Tokopedia In Bali). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(12), 205–215. www.ajhssr.com
- Arvianto, B., Agustia Imaningtyas, R., Putri, R., Studi Pariwisata, P., & Semarang, U. (2021). Pengaruh Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengunjung Di Daya Tarik Wisata. *Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 196–201. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Asri. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi (JAMANE)*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Cahyamulia, G. (2022). THE INFLUENCE OF PRICE, LOCATION, PRODUCT QUALITY AND LIFESTYLE ON CUSTOMER LOYALTY OF UD SUMBER HASIL SIDOARJO. *Journal of Marketing and Business Research*, 2(2), 143–152. <https://doi.org/10.56348/mark.v2i1.44>
- Hamdat, A., Arfah, Kusuma, A. M., Cahya, B. T., Sri, D., Sriwardiningsih, E., Astri, F., Salam, K. N., Islamiah, M. H., Mandey, N. H. J., Leni, P., Nabila, R., & Dwita, V. (2020). Buku Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen. *Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen ; Prinsip Dasar, Strategidan Implementasi*, 1– 155.
- Hendri, C. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Daya Tarik Promosi terhadap Pembelian Ulang Oli Petronas pada Perusahaan CV Pelumasindo Kalbar di Pontianak. *BIS-MA (Bisnis Manajemen)*, 6(12), 2846–2855. <https://journal.widyadharma.ac.id/index.php/bisma/article/view/3159%0Ahttps://journal.widyadharma.ac.id/index.php/bisma/article/download/3159/4262>
- Hermiati, N. F., Rimadhani, A. N., & Bintarti, S. (2022). THE EFFECT OF

PROMOTION AND BRAND AWARENESS ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY IN E- COMMERCE SHOPEE. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2239–2245.

- Husein, S., & Nuryakin. (2019). The effect of product's attribute attractiveness on the relationship between product innovation and customer's purchasing interest (A study on customers of honda matic motorcycle in indonesia). *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 15, 329–339.
- Khalis, V. M., Komariah, K., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022). Analisis Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Analysis Product Quality and Brand Trust in Brand Loyalty. *Costing: Journal of Economic, Bussiness and Accounting*, 5(2).
- Kurniawan, A. (2018). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi Pertama* (1st ed.). ALFABETA, CV.
- Kuro, U. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Daya Tarik Closing Online Shop Mahasiswa Di STKIP PGRI Bangkalan*. 2015. http://repo.stkipgri-bkl.ac.id/id/eprint/1319%0Ahttp://repo.stkipgri-bkl.ac.id/1319/1/UmmulKuro_1722211068_ekonomi.pdf
- Losung, Y. H., Wenas, R. S., & Arie, F. V. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap kepuasan Konsumen Pengguna kartu Prabayar Telkomsel di Kecamatan Pasan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 401–411. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/37976%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/download/37976/34755>
- Muhtarom, A., Zulyanti, N. R., & Mufidah, N. (2021). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan di Masa Kebiasaan Baru (Studi Kasus PT Ladang Hijau Kecamatan Tikung Kabupaten Lamongan). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 101–113.
- Muzakki, R., & Hakim, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada UPTD Puskesmas. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian 2020*, 122–134.
- Nofrizal, N., Sucherly, S., Juju, U., Khairani, Z., Soviyanti, E., Hadiyati, H., & N, A. (2023). Can Product Quality Improve Purchase Decisions in E-Commerce and Social Media through Customer Loyalty and Trust? *Binus Business Review*, 14(2), 147–161. <https://doi.org/10.21512/bbr.v14i2.8800>
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS*. START UP.
- Puspika, Y., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT Tanindo Plastik Batam. *SEIKO* :

Journal of Management & Business, 6(1), 905–914.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3934>

Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50.
<https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>

Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 1(1), 61–84. <https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220>

Rayuwati, R., Yustisar, M., Gemasih, H., & Eliyin, E. (2022). The Influence of Price, Store Atmosphere and Food Product Quality on Buying Interest at Tootor Coffee Takengon. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(4), 1129–1143.
<https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i4.580>

Rusdianti, E., Wardoyo, P., & Purwanti, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN STRATEGI ATM TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN DAYA TARIK PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada industri knalpot di Kab .Purbalingga). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 21(1), 37. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v21i1.1502>

Sandi, K., Hasibuan, R. R., & Ulya, W. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN RISET DI BUSINESS CENTER PURBALINGGA. *DFAME : Digital Financial Accounting Managemeng Economics Journal*, 1(1), 6–12.

Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>

Saputra, R. (2021). *Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran*. 26–36.

Satria, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus di Puskesmas Kecamatan Depati VII Kabupaten Kerinci). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 78. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.230>

Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. In *Pustaka Abadi, Jember*.

Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yeskha (ed.); Vol. 1). ANDI.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.

Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Pres.

Swastha, B. D., & Handoko, H. (2021). Manajemen pemasaran analisis perilaku

konsumen. edisi ketiga. In *BPFE- Yogyakarta*.

Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. *Yogyakarta: Andi*.

Veronika, J., & Hikmah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe di Kota Batam. *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(02), 1–15.

Wage, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada. *Andalas Management & Accounting Journal*, 1(1), 9–16.

Wicaksana, P. S. I., Kurniawan, E. N., Bintarti, S., & Indarti, I. (2020). The Effect of Product Quality, Brand Image and Price on Customer Loyalty of Mineral Water in Aqua Brand Packaging. *Jurnal Ekonomi*, 9(1), 501–509. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/296>