

DAFTAR PUSTAKA

- Afwan, M. T., & Suryono, B. S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 1–13.
- Agustina, S. (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. *Management Pemasaran*, 9(2), 26.
- Akbar, N. F., & Nurcholis, D. L. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Furniture Di Rangka Jaya Mebel Jepara). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 972–994.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., Mustikowati, R. I., Teknologi, I., & Malang, A. (2022). *No Title*. 2(1), 85–104.
- Ci, A. M. (2015). *Rumah Di Golden City Residence Kota Batam*.
- Cordier. (2019). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title*. 3(2), 1–19.
- Dwi Ningrum, N. H., & Maddinsyah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware Pada Distributor

- Ishwarya Parama Ciputat Timur Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(1), 31. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i1.9976>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). *Pengaruh Citra Merek , Promosi , Harga , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee) The Influence of Brand Image , Promotion , Price , and Service Quality on Purchase Decisions (Shopee Application Users)*. 09, 106–113.
- Hamidi, Z. D., & Prakoso, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kecap Manis Merek “GAN” Di Kota Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 4(2), 1–18.
- Kuntopati, B. T. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. 1(5), 1134–1149.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>

- Maulidin, T., Alexander, N., & Zulbetti, R. (2022). *PELANGGAN PADA PT BHAKTI IDOLA TAMA BANDUNG Oleh : 9(2), 519–524.*
- Mawardi, K. (2018). Dampak Pemasaran Digital Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Materials Processing Technology, 1(1), 1–8.*
- Mukti, A. (2021). *No Title. 10(1).*
- Nadhifah, N. (2021). *Analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada pt citra kreasi makmur kediri. 2, 267–278.*
- Nurhayati, Febrianto, A., & Rasyidi. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Sepeda Motor Honda Scoopy Di Kota Puruk Cahu. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan, 9(2), 54–64.*
- Pada, P., Aiueo, B., & Aren, P. (2022). *No Title. 7, 120–137.*
- Paludi, S., & Nurchorimah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian sebagai Intervening. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, 10(2), 144–160.*
<https://doi.org/10.24036/jkmb.11270300>
- Patras, Y. E., Hidayat, R., Lian, B., Fitria, H., & Apriana, D. (2019). *(Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan) P-ISSN: 2548-7094 E-ISSN 2614-8021. 4(1).*

Promosi, P., Kualitas, D. A. N., Terhadap, P., Pembelian, K., Pt, P., Motor, S., & Selatan, T. (2022). *JURNAL EKONOMI*. 4(3), 413–421.

Shihab, N. C. M. S. (2018). TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SMARTPHONE ASUS STUDI KASUS DI PT . DATASCRIP Nur Cahya Penelitian oleh Majalah Marketing dan Frontier. *Jemi*, 1(01), 34–46.

Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 04(1), 49.