

## DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 21-30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Alsukri, S., Miran, I., Cakranegara, P. A., & Prihastuti, A. H. (2022). Customer satisfaction mediates the effect of product innovation and service quality on customer loyalty. *INOVASI*, 18(1), 30-38. <https://doi.org/10.30872/jinv.v18i1.10505>
- Alvian, M. S., & Prabawani, B. (2020). Pengaruh sales promotion Dan keragaman produk pada shopee terhadap minat Beli ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 191-200. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27296>
- Andi Mursidi; Zulfahita; Rini Setyowati; Fajar Wulandari; Mertika; Heru Susanto; Kamaruddin; Sumarli. (2020). *Buku ajar pengantar kewirausahaan*. Penerbit Lakeisha.978-623-7887-09-6.
- Ardiansyah, F., & Aprianti, K. (2020). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANTIN YUANK KOTA BIMA. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(2), 163-169.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Aripin, Z., & Negara, M. R. (2021). *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen*. Deepublish.978-623-02-3549-8.
- Arjuna, H., & Ilmi, S. (2020). Effect of brand image, price, and quality of product on the smartphone purchase decision. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 294. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2019.3.2.1190>
- Candrianto, S. (2021). *Kepuasan pelanggan suatu pengantar*. Literasi Nusantara.978-623-329-163-7.
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.978-623-02-1554-4.

- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh brand image Dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 50-62. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Dikdik Harjadi, S., & Iqbal Arraniri, S. (2021). *Experiential marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.978-623-97994-7-2.
- Dr. Rosnaini Daga. S.E. M.M. (2017). *CITRA, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Global RCI. 978-602-5920-17-2.
- Drs. H. Nasir Asmam. (2021). *Studi KELAYAKAN bisnis (Pedoman Memulai Bisnis era Revolusi Industri 4.0)*. Penerbit Adab. 978-623-6872-09-3
- Ely Arinawati; S.Pd. dan Badrus Suryadi; S.Pd., & M.M. (2021). *Penataan Produk SMK/MAK Kelas XII*. Gramedia Widiasarana indonesia. 978-602-05-1468-0
- Fakhrudin, A. (2019). Pengaruh kewajaran harga Dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian ulang pada penumpang maskapai citilink Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.18196/mb.10168>
- 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>
- Firmawati, Y. (2022). Pengaruh KUALITAS produk Dan KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL intervening (Studi Kasus Pada Produk Ayam broiler Di PT. Mitra Peternakan Unggas unit Pandeglang). *JUBISMA*, 4(1), 1-13. <https://doi.org/10.58217/jubisma.v4i1.60>
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen marketplace Shopee Berbasis social media marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.978-623-99228-8-7.
- Hendriatmi. (2021). The effect of product quality, price perception, and brand image on product purchase decision at Pt. Ottobock healthcare Indonesia. *International Journal of Scientific Research in Science and Technology*, 146-154. <https://doi.org/10.32628/ijrst218425>
- Hj. Rahmawati; S.E.; M.M.; CPS.; CMA. (2022). *APA Saja Variabel Penelitian dalam Bidang marketing ??? (Panduan bagi Peneliti Pemula)*. Universitas Mulawarman.978-623-5262-34-5.

- Hutauruk, S. L., & Sitorus, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Kota Batam. *eCo-Buss*, 5(2), 484-495. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.451>
- Imawan, B. (2021). Pengaruh kualitas produk Dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk Don Pablo Abon mix. *PERFORMA*, 6(4), 312-320. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2553>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan KEPUASAN PELANGGAN: Pemasaran Dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.978-623-91788-2-6.
- KAMBOLONG, M., NURJANNAH, & AMBARWATI, L. (2022). *Metode riset Dan analisis saluran distribusi*. Penerbit Qiara Media. 978-623-555-194-4
- Khoiriah, S. (2017). Pengaruh keragaman produk Dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada "Barokah mini market gunung terang Di kabupaten oku Timur". *Jurnal AKTUAL*, 15(1), 10. <https://doi.org/10.47232/aktual.v15i1.9>
- Khomilah, M. (2020). Pengaruh Promosi, Atribut toko (Store attributes), Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Nick Coffe Di Kota Bengkulu. <https://doi.org/10.31219/osf.io/vjqpm>
- Margiyatni, R., & Indriyani, S. N. (2020). Pengaruh keragaman produk, harga Dan tempat terhadap kepuasan pelanggan toko buku paperclip. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 21(3). <https://doi.org/10.35137/jei.v21i3.498>
- Maulina, B. Y., Derriawan Derriawan, & Miranda, A. (2022). undefined. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 63-72. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.254>
- Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh keragaman produk, cita rasa Dan citra merek terhadap keputusan pembelian. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, 1(2), 143-149. <https://doi.org/10.36085/jems.v1i2.918>
- Mogea, G. E. (2022). The effect of customer perceived value, customer trust, and customer satisfaction on repurchase intention of services provided by shopee online shop. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 531. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40268>
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The effect of product quality, service quality, customer satisfaction on customer loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34-50. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>
- Nurmin Arianto, S. (n.d.). *Manajemen pemasaran*. Cipta Media Nusantara.978-623-8041-05-3.

- P. N, D. S. (2019). The influence of quality of service, facilities and location of customer satisfaction. *Prosiding ICOGISS 2019: International Confrence On Governance Innovation And Social Sciences*. <https://doi.org/10.32528/pi.v0i0.2553>
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi branding: Teori Dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.978-623-296-066-4.
- Pratikto, H. H., & Hermawan, A. (2019). Relationship of product quality, price, cafe atmosphere to customer loyalty through customer satisfaction at cafe harmony. *The International Journal of Business & Management*, 7(3). <https://doi.org/10.24940/theijbm/2019/v7/i3/bm1903-044>
- Putra, R. (2021). Determinasi kepuasan pelanggan Dan loyalitas pelanggan terhadap kualitas produk, citra merek Dan persepsi harga (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516-524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Putri, L., & Susanti, F. (2019). Pengaruh keragaman produk, kualitas produk, Dan lokasi penjualan terhadap kepuasan customer pada pt. Rajawali nusindo cabang padang. <https://doi.org/10.31219/osf.io/cdx6a>
- Raditya, B., Yuliati, L., & Krisnatuti, D. (2019). Analysis of the effect of brand image, product quality and after-sales service on repurchase decision of Samsung smartphones. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 92(8), 19-32. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-08.03>
- Rainy, A., & Widayanto, W. (2020). Pengaruh KERAGAMAN produk Dan E-service quality TERHADAP MINAT Beli ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pelanggan Zalora). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 149-156. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26233>
- Saputra Nasution, T. I., & Kurniawati, T. (2019). Pengaruh kualitas produk Dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk Nissan grand livina. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 880. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5667>
- Saputro, G. B., & Siagian, H. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Variabel Intervening Motivasi Kerja Di Head Office PT. Marifood. *Agora*, 5(3), 1–8.

- 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>
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh digital marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249-258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2019). *Riset Pemasaran Dan Konsumen Seri: 2*. PT Penerbit IPB Press.978-602-440-843-5.
- Suwitho. (2022). *Pengusaha Yang sukses PASTI MENJAGA KEPUASAN PELANGGANNYA: Sebuah Monograf Dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran*. CV Pena Persada.978-623-455-208-9.
- TJAHJANINGSIH, E., NINGSIH, D. H., & UTOMO, A. P. (2020). The effect of service quality and product diversity on customer loyalty: The role of customer satisfaction and word of mouth. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 481-490. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.481>
- Wilujeng, S., & Mudzakir, M. F. (2015). Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko modern indomaret kecamatan sukun Kota malang. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 11(2), 93. <https://doi.org/10.21067/jem.v11i2.871>
- Yuliana, R., & Pantawis, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan green marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel intervening Pada Produk skincare Di Kota Semarang. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 4(1), 79-86. <https://doi.org/10.35829/econbank.v4i1.164>