

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, D. G. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 6041. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p09>
- Agus Indra Purnama, P., & Rasmen Adi, N. (2019). Green Marketing dan Quality Brand Sebagai Prediktor Perilaku Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 185. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i1.2027>
- Agustin, A. (2017). Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (Go-Jek) Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 42–58.
- Amilia,suri, dkk. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anang Firmansyah, & Budi Mahardika. (2020). *Pengantar Manajemen*. 1–21.
- Anuraga. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar. *Jurnal BUDIMAS (ISSN:2715-8926)*, 3(02), 327–324.
- Anuraga, G., Sulistiyawan, E., & Munadhiroh, S. (2017). Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (IpkM) Di Jawa Timur. *Seminar Nasional Matematika Dan Aplikasinya*, 257.
- Arifin. (2020). *BAB IITINJAUAN PUSTAKAA. Manajemen*. 10–32.
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Barakah, A. (2018). Utilitas Dalam Perilaku Konsumen Perspektif Nilai Keislaman. *CENDEKIA : Jurnal Studi Keislaman*, 4(2). <https://doi.org/10.37348/cendekia.v4i2.67>
- Basalamah, J., Said, S., Gani, A. A., Ratnasari Taufan, R., & Syahnur, H. (2020). Green Marketing Practice In Purchasing Decision Home Care Product. *Article in International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(June), 893–896. www.ijstr.org
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>

- Burhanudin Gesi, Rahmat Laan, F. L. (2019). Manajemen dan Eksekutif. *Ayan*, 8(5), 55.
- Cahyania, D. (2018). Tinjauan Atas Prosedur Pembelian Peralatan Kantor Pada Pt Deltra Wijaya Konsultan. *Jurnal Komunikasi*, 20–27.
- Damayanti, A. I., & Venusita, L. (2022). Pengaruh Pengungkapan Enterprise Risk Management (ERM) terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 10(3), 43–54. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v10n3.p43-54>
- Dewi, F. M., Sulivyo, L., & Listiawati. (2022). Influence of Consumer Behavior and Marketing Mix on Product Purchasing Decisions. *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 6(2), 151–157. <https://doi.org/10.33050/atm.v6i2.1737>
- Dewi, S. K., Siburian, P. S., & Indriastuti, H. (2018). Pengaruh motivasi konsumen, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 105. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v9i2.2479>
- Dr. Vladimir, V. F. (2017). Uji Instrumen. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*, 1(69), 5–24.
- Dwipamurti, I. G. A. N., Mawardi, M. K., & Nuralam, I. P. (2018). THE EFFECT OF GREEN MARKETING ON BRAND IMAGE AND PURCHASE DECISION (Study on Consumer of Starbucks Café Ubud, Gianyar Bali). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(3), 57–64. www.starbucks.com
- Fakhriyah, P. (2020). Pengaruh Layanan Transportasi Online (Gojek) Terhadap Perluasan Lapangan Kerja Bagi Masyarakat Di Kota Cimahi. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i1.3719>
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen pada generasi milenial di era pandemi covid-19 dengan pengetahuan ekonomi sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 183–192. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1329>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Guspul, A. (2018). Pengaruh Strategi Green Marketing Pada Bauran Pemasaran Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Herbalife (Studi Kasus Pada Club Sehatway Di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 5(1), 107–122. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v5i1.455>
- Handayani, F., & Setyorini, R. (2020). Pengaruh Green Marketing Tools Terhadap Consumer Buying Decision Process (Studi Pada Konsumen Produk Love Beauty and Planet di Ko). *EProceedings ...*, 7(2), 6447–6454. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14007/13747>
- Haryono. (2017). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 9, 22–34.

- Hati, S. W., & Kartika, A. (2019). Pengaruh Green Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kosmetik Merek The Body Shop. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 120–127.
- Hung, Q. (2021). Factors Affecting Consumer Purchasing Behavior: A Green Marketing Perspective in Vietnam. *Journal of Asian Finance*, 8(5), 433–0444. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0433>
- Hutagaol, C. D. (2018). *Masalah, Latar Belakang*. 2015.
- Ii, B. A. B., & Teori, L. (2021). Analisis Pengaruh Multichannel Integration dan Trust Terhadap Online dan Offline Loyalty Serta Implikasinya Terhadap Repurchase Intention : Telaah pada Pelanggan By Lizzie Parra (BLP), Maria Ardiana K Wardani, Universitas Multimedia Nusantara. 2018, 23–34.
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). Pegaaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie “Kbp” Padang. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 2(1), 1–10.
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Karlina, B. (2017). Pengaruh Manajaemen Fasilitas terhadap Mutu Layanan Diklat di Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Bidang Mesin dan teknik Industri. *NASPA Journal*, 42(4), 1.
- Kepustakaan, K., Pemikiran, K., Hipotesis, D., & Kepustakaan, A. K. (n.d.). *BAB II*.
- Keputusan, D., Sepatu, P., Nike, M., & Kota, D. I. (2017). *Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan*. 37–43.
- Korry, D. I. (2017). Pengaruh Status Kerja Ibu Rumah Tangga Terhadap Coping Stress. *Repository Unika Sogijapranata*, 36–44. <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/14757>
- Kristiawan. (2017). Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan Islam. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v4i1.2474>
- Made, L., Rahayu, P., Abdillah, Y., & Kholid Mawardi, M. (2017). PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 43, Issue 1). www.ama.org
- Mardiyah, A. (2018). Pengaruh Lokasi Toko (Store Location) Dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Wedung, Kec. Wedung, Kab. Demak. *Manajemen Bisnis Syariah*, 13–40.
- Minat, E. T., & Siswa, B. (2022). *Mediasi Self Efficacy pada Pengaruh Pemanfaatan*. 2(1), 11–20.

- Mukaromah, A. L., Kusuma, I. G. N. A. E. T., & Anggraini, N. P. N. (2019). The Effect of Green Marketing, Brand Awareness and Price Perception on Purchase Decision. *International Journal of Applied Business and International Management*, 4(3), 75–83. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v4i3.685>
- Munir, M. (2018). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 17.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>
- NS Ramadhini. (2022). *BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. E-Commerce 2.1.1.1. Pengertian E-Commerce.* 10–23. <http://repository.stei.ac.id/7345/3/%28BAB%29.pdf>
- Osiyo, A. K. M., & Samuel, H. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image Dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbucks Coffee Malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–9.
- Pemasaran, A. B. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Petcharat, T., & Leelasantitham, A. (2021). A retentive consumer behavior assessment model of the online purchase decision-making process. *Heliyon*, 7(10), e08169. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08169>
- Pratama, D. (2021). Landasan Teori Variabel Intervening. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Primandaru, N. (2021). Dampak Green Marketing Dalam Keputusan Pembelian Produk the Body Shop. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 6(1), 41–52. <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i1.199>
- Produk, P., Minerale, L., & Kota, D. (2021). *Keputusan Pembelian Le Mineral for Gap.* 1(5), 409–414.
- Puspitasari, S. M., & Istiono, W. (2017). Penilaian manfaat sistem informasi manajemen rumah sakit (simrs) terhadap individu dan organisasi dengan model delone dan mclean pada rsud dr . Hardjono kabupaten ponorogo. *Journal of Information Systems for Public Health*, 2(3), 9–17. <https://jurnal.ugm.ac.id/jisph/article/view/24341>
- R, I. (2018). Manajemen pemasaran Jilid 1. *Jakarta*, 14–46.
- Rasmikayati, E., Deaniera, A. N., Supyandi, D., & Sukayat, Y. (2020). *Analisis perilaku konsumen: pola pembelian kopi serta preferensi, kepuasan dan loyalitas konsumen kedai kopi.* 6(2), 969–984.
- Rayi, G., & Aras, M. (2021). How Product Innovation and Motivation Drive Purchase Decision as Consumer Buying Behavior. *Journal of Distribution Science*, 19(1), 49–60. <https://doi.org/10.15722/jds.19.1.202101.49>

- Reviews, S. S., Prihandono, D., Wijaya, A. P., Rizqiana, I., Yahya, W. K., Rivai, A. K., Semarang, U. N., Semarang, U. N., & Jakarta, U. N. (2020). *GREEN MARKETING TOOLS EFFECT ON CONSUMER BUYING*. 8(4), 537–546.
- Reza, A. M., Putra, A., & Pradana, M. (2022). *SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Bibliometrik tentang Green Perkembangan Studi dalam Periode 1999 - 2022 Marketing* : 4(3), 121–131. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2412>
- Ristiana, U. (2020). Pengaruh Promosi Gofood Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Roostika, R. R. (2020). *Analisis Atribut Spesifik Pengguna Ojek Online terhadap Niat Pembelian Kembali Melalui aplikasi Gojek*. https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/30682%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/30682/18911075_Ana_Roisyatul_Arifah.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rosita, I. (2022). Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4. *Pengaruh Job Insecurity, Kompensasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Bagian Produksi Pt Karya Mitra Budisentosa Madiun, September*.
- Salehah, A. (2018). *Manajemen Kearsipan Dalam Ketatausahaan Di Min 3 Pringsewu*. 1–114.
- Sanidewi, H., & Paramita, E. L. (2018). The role of perceived green marketing and brand equity on green purchasing decision. *Diponegoro International Journal of Business*, 1(1), 14. <https://doi.org/10.14710/dijb.1.1.2018.14-25>
- Sanjaya, S. (2017). pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada PT.Sinar sosro medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 16, No. 02, Oktober 2015 ISSN: 1693-7619 (Print)*, 16(02), 108–122.
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
- Saputra, A. K. P. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Cabang Pekanbaru. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Satria Widiarsa, I. B. I., & Sulistyawati, E. (2018). PERAN KEUNGGULAN KOMPETITIF MEMEDIASI PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Perusahaan Earth Café di Seminyak). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(7), 3442. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i07.p01>

- Setiyawan, Y. (2017). *Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang*. 01(01), 1–14.
- Setyowati, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemeditasi. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 18(2), 102–112. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>
- Sidharta Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasundan, I. (2017). Pengujian Model “Sliperry Slope” Dalam Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(2), 149–158.
- Silalahi, L. M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Bandung. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 3, 451–460. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i3.315>
- Silmi. (2017). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Sumangkut, R. dan R. dan M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Politik. *Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis Fakulas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado, Vol 1, No(22)*, 64.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood(Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
- Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020a). metode penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3)*, 248–253.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020b). No Title No Title No Title. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3)*, 248–253.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020c). Pemasaran. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3)*, 248–253.
- Surahmat, D., & Astini, R. (2017). Hubungan Budaya Organisasi Dengan Perilaku Perawat Dalam Melaksanakan Keselamatan Pasien Di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Makassa. *Universitas Hasanudin, VII(2)*, 345–357.
- Syam, M. K., Dilla, A. M., & Musa, M. I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Pt. Suracojaya *Fakultas Ekonomi*. [http://eprints.unm.ac.id/15740/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/15740/1/JURNAL - MUH. KAMALUDDIN SYAM - 1193140081.pdf](http://eprints.unm.ac.id/15740/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/15740/1/JURNAL%20MUH.KAMALUDDIN%20SYAM%20-%201193140081.pdf)
- Terhadap, P. E., Beli, N., Masker, P., & Covid-, D. I. E. R. A. P. (2022) 2022. 10, 930–945.
- Utama, aditia edy. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce*. 8(1), 1–14.

- Vogt, W. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Dictionary of Statistics & Methodology*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598>
- Wardhana, A., Pradana, M., Shabira, H., Aji Buana, D. M., Nugraha, D. W., & Sandi, K. (2021). The influence of consumer behavior on purchasing decision process of tokopedia e-commerce customers in Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 5929–5934.
- Winarso, K., & Jufriyanto, M. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Internet Indihome Pada Pt. X Dengan Pendekatan Part Least Square. *Matrik*, 20(1), 77. <https://doi.org/10.30587/matrik.v20i1.1017>
- Yulianingsih, A., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nexa Hotel Bandung Tahun 2018). *E-Proceeding of Applied Science*, 4(2), 370–377.
- 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>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Masili, V., Lumanauw, B., Tielung, M. V. J., Kualitas, P., Terhadap, L., Pelanggan, L., Masili, V., Lumanauw, B., Tielung, M. V. J., Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2022). *Vol.+10+n0+4.5+.Veronika+Masili.+OK. 10(4)*, 44–51.
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.006>
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 2018. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Setyowati, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 102–112. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>
- Suntani, S. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta*, 2(2), 247–254. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>