

DAFTAR PUSTAKA

- Ahror, U. AL, & Soekotjo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3), 1–20.
- Buzz, P., Terhadap, M., Film, M., Endgame, A., Acuan, M. K., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Jember, U. (2020). *Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember*.
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3), 1–19.
- Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan , dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang)*. 5, 1–13.
- Fandy Tjipono. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 9(1), 18–53.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Felicia, L. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, 4(2), 95–100.
- Firdaus, T., & Abdullah, T. (2017). E-WoM: Pengaruhnya terhadap Keputusan

Pembelian Tamu Restoran di Bandung Utara. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 7(1), 21.
<https://doi.org/10.17509/thej.v7i1.6843>

Kang, S. (2020). *PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI ULANG OTAK-OTAK SEI ENAM DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 2507(1), 1–9.

Lestari, S. A., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Harga Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Minat Beli Laptop Merek Toshiba Dikalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 524.
<https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i3.7444>

Maghfiroh, D. F. (2018). *PENGARUH TERPAAN BUZZ MARKETING DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP PURCHASE DECISION PADA PRODUK NATURE REPUBLIC (Survei Pada Mahasiswa SI Universitas Brawijaya Angkatan 2015-2018)*. 73(2).

Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., & Syarif, N. (2013). *Analisis pengaruh word of mouth, marketing mix (produk, harga, promosi, dan saluran distribusi), dan citra merek terhadap keputusan pembelian mobil suzuki swift*.

Maulana, M., Suryoko, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 206–216.

- Murti, W., & Hendhiyanto Yuliyansah, F. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Implikasinya Pada Kepuasan Konsumen Smartphone Xiaomi Di Pusat Handphone Pgc Cililitan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- Pramudyo, A. (2012). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN SEBAGAI INTERVENING (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)*. I(1), 1–16.
- Produk, P. K., Pelayanan, K., Dan, M., Harga, P., Keputusan, T., Adiputra, Y. R., & Khasanah, I. (2016). *PEMBELIAN JASA ASURANSI Jiwa (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong)*. 5, 1–10.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/746/756>
- Setyawati, W. A., Rifa'i, M., & Sasmito, C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien. *Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 10(2), 50–63.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. In Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. (Vol. 53, Issue 9, pp. 1689–1699).
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Tomida, M., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi di Surabaya. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*, 5, 15.
- Vogt, W. (2015). Random Sampling. *Dictionary of Statistics & Methodology*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598>
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>
- Ghozali, Imam. (2019). Aplikasi Multivariate dengan Progam IBM SPSS. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Undip
- Sanusi, Anwar, (2016). Metodologi Penelitian Bisnis Jakarta. Salemba empat
- Sugiyono. (2017) . Statistika untuk Penelitian . Bandung : Alfabeta