

## DAFTAR PUSTAKA

- Adila, S. N. (2019).** Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran KFC Cabang Khatib Sulaiman Padang, 1–16.
- Andreas, C. (2016).** Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening, 5, 1–16.
- Apriliani, N. E. (2019).** Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli pada Wuling Motors dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Mediasi, 333–340.
- Bagasworo, W. (2016).** Pengaruh Customer Relationship Management dan Customer Experience Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan ( Studi Pada Konsumen di Sisha Cafe Kemang ), 2(3), 110–118.
- Dewi, W. S. (2016).** Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening, 2(2).
- Handoko, B. (2017).** Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan, 18(1), 61–72.
- Harahap, M. A. Y. (2019).** Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Muhsin Distro Kota Lubuk Pakam.

**Harga, A., Kualitas, D. A. N., & Terhadap, P. (2015).** Analisis harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel manado grace inn, 3(1), 1313–1322.

**Hidayah, S. N. (2019).** Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening.

**Murwanti, S. (2017).** Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi, (2007), 207–227.

**Palma, M. A. (2016).** Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.

**Pelayanan, P. K., Terhadap, K., Pelanggan, L., Pt, P., & Dharma, R. (2017).** Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada pt. padang tour wisata pulau padang, 6(2), 349–359.

**Pelayanan, P., Promosi, H. D. A. N., Loyalitas, T., Pada, P., Daerah, D. I., & Yogyakarta, I. (2018).** Pengaruh pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna go-jek di daerah istimewa yogyakarta, V(1), 76–92.

**Prabowo, I. J. K. G. (2016).** Pengaruh Citra, Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli.

**Priansa, Donni Juni. 2017.** Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Alfabeta. Bandung.

**Satria, A. A. (2017).** Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36, 2.

**Septanto, A. F. (2018).** Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Terhadap Emotional Response Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.

**Sugiyono. 2016.** Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

**Sugiyono. (2017).** *Statistika untuk penelitian*. Bandung: ALFABETA.

Terhadap, K., Nasabah, K., & Loyalitas, D. A. N. (2016). *Journal Of Management*, Volume 2 No.2 Maret 2016, 2(2).

**Wardani, D. K. (2016).** Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Yang Berdampak Pada Repurchase Itention, 02(02).