

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Go-Food di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 3(3), 123–128. <https://e-resources.perpusnas.go.id:2119/id/publications/423320/pengaruh-promosi-penjualan-terhadap-kepuasan-pelanggan-melalui-keputusan-pembeli>
- Adwimurti, Y., & Sumarhadi, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–90. <https://doi.org/10.32509/jmb.v3i1.3070>
- Akbar, Y. R., Zain, I., & Nuraini, P. (2019). Analisis Dimensi Service Marketing Mix Sebagai Pengukur Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 2(2), 1–15. [https://doi.org/10.25299/jtb.2019.vol2\(2\).4395](https://doi.org/10.25299/jtb.2019.vol2(2).4395)
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Alfabeta (ed.)).
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Bere, Y. C. R. A., & Susanto, E. H. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Titip Barang Branded. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 4, pp. 359–363). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i4.19315>
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Chandra, T. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Mi).
- Dianamurti, I. T., & Damayanti, D. (2023). Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Matahari Plaza Ambarrukmo Yogyakarta Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v6i1.7336>
- Fitriana, R., & Chadhiq, U. (2022). Pengaruh E-Commerce dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 86–96. <https://doi.org/10.31942/akses.v17i1.6514>

- Ghazali Imam. (2021). *Ghazali Imam. (2021). Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris. Edisi 3. Universitas Diponegoro*, (3rd ed.). Universitas Diponegoro.
- Habibie, M. F., & Ramadhan, R. (2020). *Ajat Sudrajat Promosi Kualitas Produk Keputusan*. 5(1), 10–15.
- Hariyanto, A. M., & Hartanto, D. D. (2021). Program Community Engagement Pengembangan Motif Batik Lasem Sebagai Bentuk Pemberdayaan Masyarakat Kawasan Batik Lasem. *Jurnal DKV Adiwarna*, 121.
- Hendriansa, H., Barkah, Q., & Hartini, T. (2021). Analisis Pengaruh E-Commerce dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Bisnis Ritel Syariah Busana Muslim di Kota Palembang. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(2), 249–258. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8908>
- Keller, K. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P. dan G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1* (15th ed.).
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management*. Pearson London.
- Laksana, F. E. 1. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*.
- Lestari, R., & Elwisam. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(63), 7495–7520.
- Lukaraja, M., Pesulesy, E. R., Lesnussa, Y. A., & Matdoan, M. Y. (2020). Struktural Equation Modeling (SEM) Untuk Menganalisis Faktor- (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Desa Buano Utara Struktural Equation Modeling (SEM) to Analyze The Factors Influncing The Ministry of Service PT . PLN (Persero) to Customer Sati. *Variance Journal of Statistics and Its Applications*, 2(2), 93–102.
- Maghfiroh, Q. (2020). Bentuk Batik Tulis Lasem Motif Krecak di Perusahaan Batik Tulis Lasem Sekar Kencana. *Jurnal Desain*, 8(1), 61. <https://doi.org/10.30998/jd.v8i1.7780>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Marlius, D., & Putra, M. R. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan

- Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Padang Pada Pt. Sumber Niaga Interindo (Distributor). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1085–1104. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.146>
- Maulidya, A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Marketing Mix Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Semusim Cafe Kota Malang). *Jiagabi*, 10(2), 205–212.
- Meithiana, I. (2019). *pemasaran dan kepuasan pelanggan* (Unitomo (ed.); edition 1).
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Navila, V., & Ambardi, A. (2023). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Produk Kopi Gayo Aceh Di Coffee Shop Tuku Cipete. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(4), 292–302. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i4.1294>
- Ningrum, Vita; Sutanto, J. . (2019). the Effect of Website, Price, Service Quality, and Customer Satisfaction As Intervening Variables on Purchasing Decision At Cv. Antasita Division. *International Journal of Economics, Business, and Management Research*, 3(08), 7760.
- Novel, A. H., Kamanda, S. V, & ... (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (CFC Batuaji Batam). *Jurnal Al ...*, 1(1), 26–32. <https://institutabdullahsaid.ac.id/e-journal/index.php/jurnal-al-amal/article/view/123%0Ahttps://institutabdullahsaid.ac.id/e-journal/index.php/jurnal-al-amal/article/download/123/64>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Gairah, S., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. (2021). *TEORI PERILAKU KONSUMEN*.
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Haryadi, R. N. (2019). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pigeonhole Coffee di Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(2), 147–153. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i2.171>

- Philip Kotler; Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing management*. (Harlow, Es).
- Raissa, A. N. M., & Alam, I. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22>
- Razak, M. (2016). Perilaku Konsumen. In *Alaudin University Press* (Vol. 5, Issue 1).
<https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/Educa>
- Ricky Purnama Sanjaya, Zulkarnain, Z., & Samsir, S. (2021). Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Merchant Partner Grab Food di Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(1), 44–52. <https://doi.org/10.37859/jae.v11i1.2548>
- Ronsumbre, Y. K., & Telagawathi, N. L. S. (2022). Pengaruh Promosi dan E-servqual Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Online di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Tahun 2019). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 17–23.
- Safitriani, L., Arimbawa, I. G., Baktiono, A., & Damayanti, E. (2020). Analysis of Product Quality, Sales Promotion, Brand Images, and After-Sales Service Towards Samsung Gadget Purchase Decisions. *IJEEIT : International Journal of Electrical Engineering and Information Technology*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.29138/ijeeit.v2i2.1152>
- Sanjaya. (2015). *Model Pengajaran Dan Pembelajaran*. (CV Pustaka).
- Saputro, F., & Jalari, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar. *Buana Ilmu*, 1(2), 266–285. <https://doi.org/10.36805/bi.v4i2.1137>
- Siregar, A. P., Raya, A. B., Nugroho, A. D., Indana, F., Prasada, I. M. Y., Andiani, R., Simbolon, T. G. Y., & Kinasih, A. T. (2020). Upaya Pengembangan Industri Batik di Indonesia. *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, 37(1). <https://doi.org/10.22322/dkb.v37i1.5945>
- Siswanto, E. P., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Toko Mourish Shoplist Tulungagung. *Jurnal Economina*, 2(7), 1816–1828. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.680>
- Sofjan Assauri. (2018). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi Revi). Alfabeta.

- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 17–28. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/125>
- Sukmawati, R., & Tarmizi, M. I. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Songket Bali. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 27(2), 58–66. <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>
- Susilo, B. W. (2023). *Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Pemoderasi*. 1–8. <http://www.itbsemarang.ac.id/sijies/index.php/jbe33>
- Swastha. (2018). *Manajemen Pemasaran , Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan, Edisi 1*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan pelanggan (konsep, pengukuran dan strategi)*.
- Utomo, J., Julius Nursyamsi, & Aji Sukarno. (2023). Analisis Pengaruh Produk, Promosi dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 100–116. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.472>
- Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2019). How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers. *International Journal of Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.100944>