

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen Maker*, 5, 48.
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2).
- Beta Nurlia, G., & Mahmud. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko KIYOMI JEANS Di ITC Cempaka Mas Jakarta Pusat. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4, 37.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Layanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Mnajamen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Chabachib, M., & Abdurahman, M. I. (2020). Determinan Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi.
- Diputra, I. G. A. W. M., Diputra, A. W., & Yasa, N. N. (2021). *The Influencer of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Statistification and Loyalty. American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(01), 26.
- Dodiet Aditya Setyawan, I. (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian*.
- Faturrahman, Baqir Ainun, M., Liyanto, & Minullah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui MarketPlace Di Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 08.
- Fauziah, H., Yusuf, I., Hudalil, A., & Mareta, R. (2022). Pegaaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan La'Diana Fashion di Kramat Jati Jakarta Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 8, 223.
- Fetriszen, N. A. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produk PT. Bumi Sarimas Indonesia*. 5.

- Gofur, A. (2019). Pagaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4, 37–44.
- Hadiman, S. (2022). *Regresi Linier Berganda*.
- Hadita. (2019). Promosi Dan Harga pada Kepuasan Pelanggan Restoran *Fast Food*. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3, 25–38. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1431>
- Hapsari, B. C., & Astuti, S. R. T. (2022). Pengaruh Keberagaman Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online Lazada Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1), 6–6. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Hardani, Juliana Sukmana, D., Fardani, R., & Andriani, H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Pengabdian View project Riset Kolaborasi View Project*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Herawa, L., & Hadi Kadarusno, A. (2016). *Menggunakan SPSS Edisi 1*.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(3), 332. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3>
- Hidayah, I. A., & Yulianto, A. E. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Harga Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Pakaian Jassy (ITC Surabaya)*. 7.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 06. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Kotler, P & Amstrong. (2016). *Principles Of Marketing Sixteenth Edition*, England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P & Keller. (2008). *Marketing Management*.13 Edition. Prentice-Hall International, Inc., NJ.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13(1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13(1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12(1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2008). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Kurniawan, T., & Mariah. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Konveksi Bunda Collection*. 8(4), 4204.
- Lena, E. M., Mursito, B., & Hartono, S. (2021). *Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Produk, Citra Merek dan Pelayanan Pada Outlet 3Second Surakarta*. 22(1), 65.
- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 63.
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, dan Lingkungan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Guru. *Asset: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1, 44. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/ASSET>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Magdalena, M., & Musthafa. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pakaian Bekas Impor Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 335. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i1>
- Mangku Charisma, R., & Prabawani, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Abiramanara Coffee Bekasi. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Mansur, M., & Hufron, M. (2020). Pagaruh Presepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Three Second Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA). *Jurnal Riset Manajemen*. www.fe.unisma.ac.id
- Mardaliana, C., & Amir, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Nilai Pelanggan Pada Produk Merek Dian Pelangi Di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(4), 67–76.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Navanti, D., Miranto, S., & Panday, R. (2019). Identification of Service Quality and Marketing Mix Variables that influence Student Satisfaction at STBA Cipto Hadi Pranoto. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 2, 46.

- Noor Fatimah, H., & Nurtantiono, A. (2022). The Influence of Brand Image, Promotion, Price, and Service Quality on Purchase Decisions (Shopee Application Users). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9, 109.
- Oktadiani, O. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo Di Tunjungan Plaza Mall. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Pontolowokang, R. P., Tumbuan, W. J. F. A., & Ch, R. (2023). The Influencer of Product Quality, Price and Promotion on The Purchase Decision of Proliner Exhaust in Alfa Motor Manado. *Kawet 983 Jurnal EMBA*, 11(1), 983–991.
- Pratama, D. N., & Rubiyanti, N. R. (2019). The Influence Of Brand Image on Customer Satisfaction H&M In Bandung. *E - Proceeding of Management*, 6.
- Pulumbara, G. F., Latief, F., Ilham, B. U., Manajemen, P., Nobel, I., & Makassar, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman JR Tea. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/manuver>
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.114>
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja). *Journal Management*, 20(1), 2655–8262.
- Rustanti¹, D., Purbowati², D., Haris³, A., Gracela⁴, Y., & Lubis⁵, Y. A. (2023). Literature Review Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk dan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Erigo Store). *Jurnal Ilmu Terapan*, 1(4). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4>
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 2021.
- Sarjana, B., Ary Meitriana, M., & Wayan Suwendra, I. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Perumahan Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10.
- Sasongko, R. S. (2021). Faktor - Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Schrump, M. L., Johnson, M., Ghuy, M., & Gombolay, M. C. (2020). Four years in review: Statistical practices of likert scales in human-robot interaction studies. *ACM/IEEE International Conference on Human-Robot Interaction*, 43–52. <https://doi.org/10.1145/3371382.3380739>

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sulaeman, M. M. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Merek Cardinal Di Ramayana Bungurasih Sidoarjo*. 412.
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Tambunan, T. U., Zebura, Y., & Lubis, J. (2023). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, Harga Dan Pemberian Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet @N-Kom Net). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(3), 645–649. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1099>

