

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A., Hendayana, Y., & Sulistyowati, A. (2024). Dampak Kualitas Produk dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Thrifting melalui Kepuasan Pelanggan Pada Toko Comporbed Bekasi. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(7).
- Agussalim, & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317–335.
- Aisha, N. (2023). Pengaruh Keragaman Produk dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Burger King di Medan. *Surplus: Jurnal Ekonomi dan bisnis*, 1(2), 246–257.
- Ali, H. (2019). Purchase Decision and Repurchase Models: Product Quality and Process Analysis (Case Study of House Ownership Credit Financing in Permata Sharia Bank Jakarta). *Scholars Bulletin*, 05(09), 526–535. <https://doi.org/10.36348/sb.2019.v05i09.006>
- Ali, H. (2020). Purchase Decision and Repurchase Models: Product Quality and Process Analysis (Case Study of House Ownership Credit Financing in Permata Sharia Bank Jakarta). *Scholars Bulletin*, 5(9), 526–535.
- Ali, H., Fauziah, D., Manurung, A. H., & Jumawan. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Siber Multi Disiplin (JSMD)*, 1(4), 159–172.
- Ali, H., Gunawan, I., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Suasana Tempat terhadap Kepuasan Konsumen pada WR. Gado-Gado Maya. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 1(1), 1–17.
- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). *Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*. Deepublish.
- Ali, H., Narulita, E., & Nurmahdi, A. (2018). The Influence of Service Quality , Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital. *Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS)*, 3(1), 88–97.
- Ali, H., Rivai Zainal, V., & Rafqi Ilhamalimy, R. (2022). Determination Of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141–153. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i1.1100>

- Ali, H., Saputra, F., & Octavia, A. (2024). Determinasi Kepuasan Author dan Citra Merek: Analisis Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk pada Jurnal Ilmu Multidisiplin Greenation Publisher. (*JGSP) Jurnal Greenation Sosial dan Politik*, 2(2), 51–63.
- Ali, H., & Toto, H. (2019). *The Influence of Brand Knowledge and Brand Relationship On Purchase Decision Through Brand Attachment*. In *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)*.
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*.
- Anjaya, F. A., Yulasm, & Sopali, M. F. (2024). Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Usaha Jaya Perabot di Bukittinggi. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(2), 231–242. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i2.1405>
- Annisa, K. S., Yulasm, & Sopali, M. F. (2024). Pengaruh Content Marketing dan endorsment terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen UPI YPTK Padang Angkatan 2020). *JURMA: Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 399–417.
- Anom, S., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Sistem Informasi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(3), 138–148.
- Aprelyani, S., Ali, H., & hadita. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 163–173.
- Asyafah. (2019). Menimbang Model Pembelajaran (Kajian Teoretis-Kritis atas Model Pembelajaran dalam Pendidikan Islam). *TARBAWY: Indonesian Journal of Islamic Education*, 6(1), 19–32.
- Athala, D. I., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Point Of Purchase (Pop) Display terhadap Keputusan Pembelian Toko Cahaya Mebel di Kota Semarang. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(2), 2301–2309.
- Augustin, S. R., & Hidayat, R. S. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Lokasi Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Kenangan Ruko Puri Beta di Tangerang). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 1(5), 148–159. <https://doi.org/10.69714/japt3h58>

- Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(2), 72–81.
- Azis, A., & Aswan, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Pos Indonesia (Persero) Kecamatan Lunang. *JURNAL ECONOMINA*, 2(6), 1203–1217. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.581>
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Cahyani, A. Z., Ediyanto, & Pramesthi, R. A. (2023). Analisis Harga dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Seagai Variabel Intervening Pada Toko Amanah Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(5), 908–924.
- Crismon, E. & Andy. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Roti Viva Bakery, Total Persada—Tangerang. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 2(1).
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76–85.
- Darmawan, R., Diposumarto, N. S., & Muharam. (2024). Peningkatan Loyalitas Pelanggan Pengguna Biskita Trans Pakuan melalui Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga di Kota Bogor. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1).
- Dharmawan, V. F., & Megawati, M. (2024). Analisis Pengaruh Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pelita Mas Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 5(2), 203–208. <https://doi.org/10.35957/prmm.v5i2.7496>
- Diana, M. F., Wiryaningtyas, D. P., & Harisandi, Y. (2022). Pengaruh Promosi Online dan Keragaman Produk dalam Menentukan Kepuasan Konsumen pada Healthymask.Idn dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(3), 478–492.
- Diantika, R., Saputra, B. M., & Ambarwati, D. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Ketersediaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Hikmah Mart Jajar Wates Serdang. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 1(2), 175–188.

- Doan, A. N. G., & Ali, H. (2021). Doan, A. N. G., & Ali, H. (2021). Repurchase Model Through Purchase Decision: Analysis of Product and Price Effect on Dulux Paint Consumers in DKI Jakarta and Tangerang Area. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 2(1), 92-108.
- Dwi Firmansyah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tekno Sport di Bumi Sani Kabupaten Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Terapan*, 1(1), 16–30. <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v1i1.80>
- Fahlevi, R. A., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Promosi Sebagai Variabel Intervening di Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management(IJESM)*, 2(3), 2727–2735.
- Fauzi, D. H. F., & Ali, H. (2021). Determination Of Purchase And Repurchase Decisions: Product Quality And Price Analysis (Case Study On Samsung Smartphone Consumers In The City Of Jakarta). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(5), 794–810. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i5.965>
- Fauziah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.118>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek* (1 ed.). Qiara Media.
- Fitrianingsih, Damanik, A. Z., & Zuliany, R. (2022). Pengaruh Servicescape dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada 212 Mart Tebing Tinggi. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1), 478–485. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.592>
- Gunawan, I., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Suasana Tempat terhadap Kepuasan Konsumen pada WR. Gado-Gado Maya. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.114>
- Hadi, B., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 433–445.
- Hair et al. (2015). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Edition). Hall.
- Hamidah, L. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Keberagaman Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Madubronto Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADEquity Jurnal Manajemen*, 2(1).

- Hernikasari, I. & Hapzi Ali. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1), 437–450. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>
- Hidayatullah, M. A., Soeliha, S., & Ediyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Distro Bandung Clothing Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(8), 1724–1736.
- Ibrahim, A. M., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Keputusan Pembelian. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 2(3), 176–182.
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro Di Giant Mall Permata Tangerang). *Jurnal SWOT*, 7(3), 523–541.
- Indriani, S. A., Hamdun, E. K., & Syahputra, H. (2024a). Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Padatoko Baru Senang. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 3(8), 1526–1540.
- Indriani, S. A., Hamdun, E. K., & Syahputra, H. (2024b). Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Padatoko Baru Senang. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 3(8), 1526–1540.
- Irawan, C. R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Lokasi Bisnis, Kinerja Karyawan dan Lingkungan Kerja terhadap Strategi Bisnis Di Perkotaan. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 2(2), 59–69.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.
- Junior, & Facrureza, D. (2024). Pengaruh Interior Ambient terhadap Kepuasan Pelanggan Dimediasi oleh Keputusan Pembelian Konsumen di O'Good Coffee dan Eatery. *MES Management Journal*, 3(2), 332–349.
- Kenda, O., Fanggidae, A. H. J., & Maak, C. S. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Ulang pada Pabrik Tahu Pink Jaya di Kota Kupang. *Journal Undana*, 251–262.
- Kholipah, P. D., Ali, H., & Untari, D. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap dengan Loyalitas Konsumen sebagai Intervening (Studi Pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(11), 3392–3411.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (14 ed.). Pearson Prentice.

- Layanah, N., & Ali, H. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Marketing Information System: Harga Produk, Kualitas Layanan, Promosi. *NusantaraJournal of Multidisciplinary Science*, 1(4), 685–693.
- Limakrisna, N., & Ali, H. (2016). Model Of Customer Satisfaction: Empirical Study at Fast Food Restaurants in Bandung. *International Journal of Business and Commerce*, 5(6), 132–146.
- Maharani, P. O., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Honda Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Honda Ahass Dirawalumbu. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 2(7), 570–579.
- Maisah, & Ali, H. (2020). *Entrepreneurship culture development process: Implementation of Islamic education values in the Batik Jambi (case study in Seberang Jambi community)*. Talent Development and Excellence.
- Mardiana, N., & Faqih, A. (2019). Model SEM-PLS Terbaik untuk Evaluasi Pembelajaran Matematika Diskrit dengan LMS. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 13(3), 157–170.
- Mercelina, S., & Renwarin, J. M. (2022). Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Seblak Pedas Neng Ochie). *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, 8(4), 3475–3491.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 1(2), 71–83.
- Mulyana, A. P., & Ali, H. (2024). Pengaruh Faktor Lokasi, Keunikan Produk, dan Pengetahuan Karyawan Terhadap Kekuatan Strategis Perusahaan Dalam Manajemen Strategis. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 2(2), 59–69.
- Musyafa, M. A., & Ali, H. (2024). Pengaruh Lokasi pabrik, kualitas pemasaran, dan strategi bersaing terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Siber Transportasi dan Logistik*, 2(1), 20–29.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2021). *Konsep Dasar Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS*. Pascal Books.
- Nadia, & Lubis, N. W. (2024). Pengaruh Daya Tanggap dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffee Shop Dazed. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(4).
- Navanti, D., Giningroem, D. S. W. P., Indra, C., & Setyawati, N. W. (2024). Consumer Preferences: Exploring Brand Awareness, Product Variation, and Purchase Intentions in Purchase Decisions. *Majalah Ilmiah Bijak*, 21(1), 173–186.

- Navanti, D., Miranto, S., & Panday, R. (2017). Identifikasi Variabel Kualitas Jasa dan Bauran Pemasaran yang Berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa di STBA Cipto Hadi Pranoto. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 17(2), 46–50.
- Ningrum, R. F. P., Karnadi, & Syahputra, H. (2024). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada RN Donuts Bakery dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 3(1), 132–146.
- Ningsih, M. G., & Siagian, M. (2024). Pengaruh Keberagaman Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Batam Center. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1–10.
- Nuraini, D. P., & Chodidjah, S. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Kelontong Mujinah. *Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 4(2), 1139–1149.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469–478.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Mutidisiplin*, 1(2), 537–553.
- Pramesti, D. Y., Widyastuti, S., & Riskarini, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 1(1), 27–39. <https://doi.org/10.35814/jimp.v1i1.2065>
- Pratama, D. R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Siber Transportasi dan Logistik*, 2(1), 1–10.
- Prihartono, & Ali, H. (2020). *The promises ethics and marketing concept strategy as a competitive advantage on private higher education (A survey on perception of product attributes and promotion mix in Indonesia)*. Talent Development and Excellence.
- Putra, A. P., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Budaya Kopi Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1349–1355.

- Putri, T. C., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(2), 56–65.
- Rahman, E. A., Wahyuni, I., & Praja, Y. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Keragaman Produk Dan Lokasi Dalam Membentuk Minat Beli Ulang Pada Toko Andin Cemilan Situbondo Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(10), 2025. <https://doi.org/10.36841/jme.v3i10.5292>
- Rohman, A. K. F., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(2), 1251–1257.
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(5), 2–20.
- Saputra, M. B., Said, M., & Putri, Y. A. (2024). Pengaruh Keragaman Produk Dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Sahabat Motor Palembang. *Jurnal Bisnis Terapan*, 8(1), 69–81. <https://doi.org/10.24123/jbt.v8i1.6361>
- Sari, P. A. P., Wahyuni, I., & Ediyanto. (2024). Pengaruh Keragaman Produk, Fasilitas dan E-Wom Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Fortuna dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 3(6), 1133–1145.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Sasono, E., Sopi, & Pratama, S. B. I. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Gemblong “Mbah Moel” di Kota Salatiga. *Jurnal STIE SEmarang*, 16(3), 55–69.
- Sihombing, R. E., Nugroho, S. D., & Toha, E. (2023). Citra Merek, Lokasi, dan Persepsi Harga Meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *Cakrawala –Repositori IMWI*, 6(4).
- Simanjuntak, W. M. B., Siagian, E. M., & Siregar, H. (2024). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Toko Sepatu Clinton Balige. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 65–73. <https://doi.org/10.36985/kj2ekp09>
- Sinaga. (2024). Pengaruh Keragaman, Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Science and Social Research*, 7(4), 1656–1663.

- Siregar, N., Elfikri, M., & daulay, R. P. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat). *Jurnal Sosial dan Ekonomi*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.55357/sosek.v3i1.256>
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(1), 64–71.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Susadi, M. N. Z., & Kholmi, M. (2021). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 11(1), 130–138.
- Susanti, A. L. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo Kediri. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 1(4), 234–244.
- Syah, M. D., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Determinasi Minat Beli dan Keputusan Pembelian: Analisis Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi Flos Cibitung. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 273–285.
- Syeha Rahmawati, N., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Lazada di Wilayah Kota Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Terapan*, 1(1), 40–53. <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v1i1.82>
- Thanh Nguyen, P., Ali, H., & Agung Hudaya. (2019). Model Buying Decision and Repeat Purchase: Product Quality Analysis (Case Study of Bank Permata Syariah Jakarta Kpr Financing Customers). *Dinasti International Journal of Management Science*, 1(1), 102–113. <https://doi.org/10.31933/dijms.v1i1.29>
- 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), 67–86.
- Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 181–194.
- Widianti, D. A. D. P. (2024). Pengaruh Citra Merek, Keragaman Produk, dan Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Kartika Kebaya Bedugul. *Jurnal Bakti Saraswati*, 13(1), 75–86.

- Wulandari, R. (2020). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Keputusan Pembelian di Pusat Perbelanjaan. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 2(1). <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.553>
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.
- Ziraluo, A. W. (2021). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Volume Penjualan Deterjen Daia Di UD. Yudita Desa Ndraso Hilisimaetano. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(1), 11–20.

