

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Marketing Strategy: Pricing Strategies and Its Influence on Consumer Purchasing Decision. *International Journal of Rural Development, Environment and Health Research (IJREH)*, 5(2), 26-39.
- Ananingsih, T., Hasiholan, L. B., & Wahyono, E. H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Johnson and Johnson Indonesia. *Jurnal Egaliter*, 2(3), 13-22.
- Aristia, E. M. L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Warung Makan Nyamplungan Desa Langgongsari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas). *Skripsi*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Azwardy, L. (2017). Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Village Futsal Medan. *Skripsi*. Universitas Medan Area.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2018). 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(4B), 433-445.
- Edward., Chan, S., & Majid, S. A. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Produk Apple di Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 8(3), 24-36.
- Murtadho, F. A. (2021). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Bukit Besar Palembang. *Skripsi*, UIN Raden Fatah Palembang.
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(1), 441-469.
- Fikri, M. E., & Ritonga, H. M. (2017). Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Wisatawan ke Bumi Perkemahan Sibolangit. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 58-67.
- Firmansyah, M. A., & Mochklas, M. (2018). Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Giras di Surabaya. *Jurnal EKSEKUTIF*, 15(1), 281-295.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- _____. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamsal, H. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Pemasaran Paving Block Pada Usaha Dagang Suherwin Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 2(2), 100–112.
- Kusuma, H. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi Terhadap Kepuasan Berbelanja Online di E-Commerce Lazada Pada Mahasiswa UMSU. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Indrawati, L., & Pattinama, M. M. (2021). Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 16-21.
- Jannah, R., Mappatempo, A., & Haanurat, I. (2019). The Influence of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(2),45-55.
- Khatab, J. J., Esmaeel, E. S., & Othman, B. (2019). Dimensions of Service Marketing Mix and its Effects on Customer Satisfaction: A Case Study of International Kurdistan Bankin Erbil City-Iraq. *Test: Engineering & Management*, 81, 4846-4855.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2014). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I-Cafe Lina Putra Net Bandungan. *Journal of Management*, 4(4), 16-30.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa JNE Jl. Glagahsari No. 62 Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 72-83.
- Kurniawan, R. A. J., & Aprilia, A. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran KFC di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(1), 89-103.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Watung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(1), 90-99.
- Manampiring, A. S., Tumbuan, W. J. A. F., & Wenas, R. S. (2017). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri Tbk. Manado. *Jurnal EMBA*, 4(2), 164-176.

- Naningsih, N., & Hardiyono. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) 310 di Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan (MASSARO)*, 1(1), 47-61.
- Nurwulandari, A., & Maharani, S. (2021). Pengaruh Harga, Produk, Distribusi dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Coffee 19 Café. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 465-493.
- Othman, B., Harun, A., Rashid, W., Nazeer, S., Kassim, A & Kadhim, K. (2019). The influences of service marketing mix on customer loyalty towards Umrah travel agents: Evidence from Malaysia. *Management Science Letters*, 9(6), 865-876.
- Rufliansyah, F., & Seno, D. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis. Vol ix. No. iv.*
- Safri, H., & Mulfa. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Alfamart (Studi Pada Mini Market Alfamart di Kelurahan Balandai Kecamatan Bara Kota Palopo). *Journal of Institution and Sharia Finance*, 1(2), 91-102.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Safrudin. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Kolam Renang Tirtojoyo Ponorogo. *Skripsi*. IAIN Ponorogo.
- Sandy A., Peter. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Jade Imperial Restaurant Surabaya. *Skripsi*. Universitas Katolik Darma Cendika.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyandi, A. D., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks East Coast Center Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(9), 1-15.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Sentoso, F. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Konsumen Crunchaus Salad di Pakuwon Mall Surabaya. *Agora*, Vol. 4, No. 2.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usulu, I. D., & Tumbel, A. L. (2019). Marketing Strategy Analysis in Improving Customer Satisfaction in Double O Karaoke Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5793-5801.
- Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y.G. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 300-312.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2058-2067.
- Wati, N. M. D. W. K., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Prodia Widyahusada. *Values*, 1(2), 108-119.
- Wu, Y.-L., & Li, E. Y. (2018). Marketing mix, customer value, and customer loyalty in social commerce. *Emerald Internet Research*, 28(1), 74-104.