

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Ardiyani, M., & Andriana, A. N. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan Mixue Ice Cream & Tea Samarinda. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7478–7492. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10003>
- Arianto, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Ariyati, R., Tanjung, Y. T., & Harahap, N. A. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pad a Store Wardah Irian Tanjung Morawa Deli Serdang. 06(01), 9664–9671.
- Avkiran, N. K., & Ringle, C. M. (2018). *Partial least squares structural equation modeling: Recent advances in banking and finance*. Springer.
- Bucciari, D., & Park, J. E. (2022). Entrepreneurial marketing and reconfiguration towards post-entry performance: Moderating effects of market dynamism and entry mode. *Journal of Business Research*, 148, 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.053>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Fasindah, M., & Purnama, K. (2024). *METODE PENELITIAN EKONOMI DAN BISNIS PENDEKATAN KUANTITATIF* (Edisi Pert). ANAK HEBAT INDONESIA (Anggota Ikapi).
- Ghozali. (2021). *PARTIAL LEAST SQUARES: KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI MENGGUNAKAN PROGRAM SmartPLS 3.2.9 UNTUK PENELITIAN EMPIRIS* (Edisi 3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hanifah, R., Pradana, M., & Nugraha, D. W. (2021). The influence of promotion and price on e-commerce impulse purchase in Bandung, Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2899–2909. <https://doi.org/10.46254/sa02.20210812>
- Irawan, K., & Sitinjak, T. (2024). The Effect Of Price, Product Quality, And Service Quality On Customer Satisfaction. *Action Research Literate*, 8(5). <https://doi.org/10.46799/ar.v8i5.372>
- Islami, R. B., Wardhana, A., & Pradana, M. (2021). The Influence of Social Media Influencer and Product Quality on Purchase Decisions (Case Study on Promotion of Hand & Body Lotion Scarlett Whitening in Instagram).

- Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2019, 560–567.
<https://doi.org/10.46254/eu04.20210339>
- Kotler, p., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (16 ed.). Pearson
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya*, 7(1), 489–500.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1421>
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Pengembalian Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia. *Jurnal Martua*, VOL. 3 NO.(1), 17. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/266>.
- Prastiwi, E. S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 244–256. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1556>
- Pratiwi, N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Zama Homewear Malang). *Jubis*, 2(2), 18–27.
- Purnama, Y., & Madiawati, P. N. (2021). The Influence of Prices, Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction through Purchase Decision Solaria Sumedang. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 701.
<https://doi.org/10.46254/in01.20210191>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283.
<https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rachman, D. D., & Basyirudin, A. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Pt Adetex Periode Tahun 2011-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(1), 65–78.
- Rossa, V. (2021). *Outdoor Look Diprediksi Akan Jadi Tren Fashion 2022*. Suara.Com. <https://www.suara.com/lifestyle/2021/12/16/191228/outdoor-look-diprediksi-akan-jadi-tren-fashion-2022>
- Septiana, I., & Pradana, M. (2023). The Effect of Karel Coffee Shop Service Quality on Customer Satisfaction. *E-Proceeding of Management*, 10(1), 215–219.
- Sudaya, I. D. G. M., Octaviano, A. L., & Raharjo, A. (2022). Makanan Dimsum Dalam Karya Food Photography. *Retina Jurnal Fotografi*, 2(1), 70–79.
<https://doi.org/10.59997/rjf.v2i1.1299>
- Sugiyono. (2024). *METODE PENELITIAN: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.
- Sulistiyowati, F. (2022). *Pengaruh orientasi kewirausahaan dan kapabilitas dinamik melalui inovasi sebagai variabel mediasi terhadap kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Sektor Makanan di UMKM Kelurahan Kranji)*. 34–43.
- Utami, T. W., & Hidayat, A. M. (2024). The effect of e-service quality on customer

- satisfaction with repurchase intention as a moderating variable in the Soco by Sociolla application. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 3886–3901. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2845>
- Wardani, I. Y., Ruspitasari, W. D., & Handoko, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada 200 Cafe and Food Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 89–100. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i2.1524>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462.