

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2019). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PEMBELI PRODUK INDOMIE DI KECAMATAN KABUPATEN KAMPAR. *Jurnal Daya Saing*, 5(3), 207–212. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v5i3.390>
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2020). Brand experience: what is it? How is it measured? Does it affect loyalty? *Journal of marketing*, 73(3), 52–68. <https://doi.org/10.15.09/jmkg.73.3.52>
- Indrajaya, F. A., & Agustina, T. S. (2023). Service Marketing, Referral Marketing, and Trust Icon Corporate to Increase Customer Satisfaction. *Indonesian Business Review*, 6(1), 49. <https://doi.org/10.21632/ibr.6.1.49-60>
- Isnanto, B., & Saputro, S. H. (2024). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kunci Loyalitas Konsumen: Mengungkap Rahasia Keberhasilan Bisnis di Era Kompetitif. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 64–78. <https://doi.org/10.24269/iso.v8i1.2641>
- Kirom, N. R., & Handayati, P. (2022). Keputusan pembelian online dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen. *INOVASI*, 18(2), 227–231. <https://doi.org/10.30872/jinv.v18i2.10437>
- Kiskenda Erwanda P., D. P., Suardana, I. W., & Leli Kusuma Dewi, L. G. (2015). PERAN PENGALAMAN SEBAGAI PEMODERASI PADA PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP WISATAWAN MANCANEGARA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WELLNESS TOURISM DI KAWASAN WISATA UBUD, KABUPATEN GIANYAR. *Jurnal IPTA*, 3(2), 62. <https://doi.org/10.24843/IPTA.2015.v03.i02.p11>
- Nizar, N., Silalahi, M., Sofiyan, S., & Sinaga, O. S. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT FAST FOOD INDONESIA, Tbk KFC BOX RAMAYANA PEMATANGSIANTAR. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 43–52. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i2.153>
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 69–80. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6952>

- Siaputra, H. (2020). BAGAIMANA KEAMANAN PANGAN, KUALITAS MAKANAN DAN CITRA MEREK MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), 79–87. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.2.79-87>
- Schmitt, B., Larbi, S., & Belasri, A. (2019). Traitement de Dioxyde et Monoxyde de Carbone par Plasmas Froids dans le Mélange O<sub>2</sub> / CO<sub>2</sub>. In *République Algérienne Démocratique et Populaire Ministère*. <https://www.researchgate.net/publication/341298331>
- Suryaningrat, Y., Sutrisno, S., & Ratih, S. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 117–130. <https://doi.org/10.37012/ileka.v2i2.734>
- Wijaya, I. G. N. S., Pratami, N. W. C. A., & Yasa, I. G. D. (2022). Keputusan pembelian e-commerce selama pandemi: persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, harga, dan sikap konsumen. *JURNAL MANAJEMEN*, 14(1), 26–37. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i1.10993>