

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijayanti, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga terhadap keputusan Pembelian. *2018*, 3(2), 186–196.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Akmami: Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 2(2), 204–219.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 63–68.  
<http://ejournal.unri.ac.id/index.php/JAP/article/view/1937>
- Badi, Sutrisno. 2012. “*Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif*”. Yogyakarta: Penerbitan Ombak.
- Budiono, A. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian*. 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.ABSTRACT>
- Budiyanto, E. (2018a). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya. *Ekonomi*, 03(01), 36–46.
- Budiyanto, E. (2018b). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya. *GLOBAL*, 3(1), 36–46.
- Chien-Hsiung, L. (2011). A study on the relations between the brand image and customer satisfaction in catering businesses. *African Journal of Business Management*, 5(18), 7732–7739.
- Deepublish. (2021). *Pengertian Variabel Penelitian dan Jenis Jenisnya*. Penerbitbukudeepublish.Com.  
<https://penerbitbukudeepublish.com/pengertian-variabel-penelitian/>
- Dewi, I. K. (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1), 155–163. <https://docplayer.info/73636191-Pengaruh-diskon-terhadap-keputusan-pembelian-dan-kepuasan-pelanggan-bisnis-online.html>
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4), 348–354.  
<https://doi.org/10.15294/maj.v4i4.8888>
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 31–40.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
- Ghoini, S. N., Rodhiyah, & Ngatno. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Android Samsung di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 237–246.
- Habibillah, M. W., Amanda, E. G., Chandrawati, V., Firdayani, Z., Pribadi, R., &

- Kurniawan, A. (2018). "Pengaruh CRM Terhadap Kepercayaan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Survey pada Petani Desa Donowarih, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang." *Cakrawala*, 12(1). <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v12i1.263>
- Hadithya, R., & Hidayah, R. T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Menerapkan Protokol Kesehatan Covid – 19 Terhadap Minat Siswa/I Smp Dan Sma Di Kecamatan Baleendah Untuk Mengikuti Bimbingan Belajar (Studi Kasus Bimbingan Belajar Ens). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 6(2), 107–119. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v6i2.1435>
- Hamidah, H., Radiansah, D., & Ramadhia, M. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan Produk Minuman Aloe Vera Sp. di Kota Pontianak (Studi Kasus pada IKM I Sun Vera). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(1), 226–234. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.01.21>
- Hayati, R. (2021). *Pengertian Skala Likert, Ciri, dan Contohnya*. Penelitianilmiah.Com. <https://penelitianilmiah.com/skala-likert/>
- Henggrawan, A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Diskon, Custemer, Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada P.T Ramayana Lestari Sentosa TBK. Denpasar. *EMAS Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(1), 43–66.
- Hidayah, S., Husnurrofiq, & Rizka, Z. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan CV. Cahaya Kaltim Banjarmasin*. 3(5), 1–10. <https://doi.org/http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/1537>
- Hidayah, S. N. (2019). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *IAIN Salatiga*, 1–19.
- Hidayat, D. R., & Firdaus, M. R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan : Studi pada pelanggan telkom speedy di Palangkaraya. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 2(3), 237–249.
- Indriyati, I. N., Daryanto, A., & Oktaviani, R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Persepsi Konsumen PT Home Credit Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 261–270. <https://doi.org/10.17358/jabm.4.2.261>
- Khoironi, T. A., Syah, H., & Dongoran, P. (2018). Product Quality, Brand Image and Pricing To Improve Satisfaction Impact on Customer Loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 8(3), 51–58.
- Kurniawati, D., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 1–9. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/583>
- Kusumasasti, I., & Hadiwidjojo, A. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop. *EKOBIS - Ekonomi*

- Bisnis*, 22(2), 123–129.
- Laksono, A. W., & Suryadi, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1), 9–12.
- Lubis, A., Dalimunthe, R., Absah, Y., & Fawzee, B. K. (2020). *The Influence of Customer Relationship Management ( CRM ) Indicators on Customer Loyalty of Sharia Based Banking System*. 5(1), 84–92.
- Mahesa, Y. (2020). *Pengertian Harga Diskon Adalah Dan Jenis Harga Diskon*. Belajarekonomi.Com. <https://belajarekonomi.com/harga-diskon/>
- Minarti, S. N., & Segoro, W. (2014). The influence of customer satisfaction , switching cost and trusts in a brand on customer loyalty - the survey on student as im3 users in. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 143, 1015–1019. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.546>
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–13.
- Pomering, A. (2017). Marketing for sustainability :Extending the conceptualisation of the marketing mix to drive value for individuals and society at large. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 25(2), 157–165. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2017.04.01>
- Putri, S. N. (2019). Faktor Keputusan Pembelian Pada Sepatu Converse. *Eprints Ums*, 1–9.
- Rahmansyah, M. R., & Moko, W. (2021). Pengaruh Pemberian Diskon terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi Brand Reputation dan Brand Image (studi pada konsumen shopee). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Rahmawati, R., & Sentana, I. P. E. (2021). The Effect of Product Quality on Customer Loyalty with the Mediation of Customer Satisfaction. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 9(2), 22–32. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v2i1.204>
- Sadeli, A. H., Utami, H. N., & Rahmanisa, R. (2016). Does Customer Satisfaction on Product Quality Illustrates Loyalty of Agriculture Product? *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14(1), 223–232.
- Sari, H. V. P., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Biskuit Oreo Di Carrefour Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–9.
- Sari, Y. (2017). *Beberapa Alasan Mengapa Sepatu Converse Mempunyai Banyak Penggemar*. Bundaasraf.Com. <https://www.bundaasraf.com/2017/12/beberapa-alasan-mengapa-sepatu-converse-mempunyai-banyak-penggemar.html>
- Siregar, N., & Hakim, F. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 87–96.
- Sitorus, J. R. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Packaging Terhadap

- Keputusan Pembelian Holland Bakery Batam. *Ekonomi*, 2(1), 1–15.
- Sopiana, N. (2021). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Penjualan*. 2(1), 26–31. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v2i1.31>
- Sudiyanto, T., & Rismansyah. (2017). Analisis Strategi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan (Totok Sudiyanto / Rismansyah). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 83–91.
- Sugiyono. (2012a). *Buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmana, F. H. (2018). Pengaruh Persepsi Risiko, Variasi, Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Sikap Konsumen. *VALID Jurnal Ilmiah*, 15(1), 11–20. <http://stieamm.ac.id/jurnal/index.php/valid/article/view/46>
- Sulandjari, R., & Ferdiansyah, A. (2020). Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan di Online Shop BRILINK\_KHUMAIRA. *Jurnal Egaliter*, 4(7), 25–37.
- Syafnidawaty. (2020). *APA ITU POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN*. Raharja.Ac.Id. <https://raharja.ac.id/2020/11/04/apa-itu-populasi-dan-sampel-dalam-penelitian/>
- Tjahjaningsih, E. (2018). Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang). *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 28(2), 13–27.
- Tomida, M., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–15.
- Umar, Z. A. (2012). Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ikan Tuna Olahhan Pada PT. Betel Citra Seyan Gorontalo. *Jurnal INOVASI*, 9(1), 1–26.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136–146. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2(1), 1–9.
- Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2018). Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal). *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(3), 25–38. <https://doi.org/ISSN : 2302-2752, Vol. 7 No. 3, 2018>
- Wullur, M. P., & Djawoto. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse (Studi Kasus Mahasiswa STIESIA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(2), 1–20.