

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas. (2016). *Hasil Penelitian Dan Analisa*. 14(1), 13–24.
- BAYUERICPRASETIA. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Bangunan Adi Santoso. *NASPA Journal*, 42(4), 1.
- Budiman, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Digjaya Nata Nagara, & Hendrati. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 55–61. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v2i1.1001>
- Dra. Wuryaningsih DL., M. (2017). PENGARUH HARGA, KEPUASAN KONSUMEN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK SEPEDA MOTOR HONDA (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Surakarta). *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 5(3), 248–253.
- Fajar Tri Hermawan. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.
- Fitrianto, R. (2018). *Pengaruh Personal Selling Dan Kemudahan Persyaratan Terhadap Kepuasan Konsumen Mengajukan Kredit Di Koperasi Primkopabri Magetan*. 7–52. <http://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/4127>
- Ghozali. (2017). Bab_3. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Habil, M. (2022). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang pada produk sayuran koltivare hydroponic farm pt. konsumsi rakyat indonesia*.
- Hamdi, H. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Konfeksi Al-Fazzar Soreang Kabupaten Bandung. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung*, 18–20. <http://repository.unpas.ac.id/43753/>
- Hana Nurfadilah. (2022). *View of Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli kembali pada Sorai Steamboat and Grill Bandung.pdf*.
- Iv, B. a B., & Kajian, A. (2007). *Statistical Package for Sosial Science 15.0 for windows*. 14, 77–92.
- Jansen. (2019). Pengaruh Service Attributes Terhadap Overall Satisfaction Dan Membership Renewal Intention Member Knockout Boxing Camp Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kevin Marcelino. (2020). Kotler 2016. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.

- Lumantoro, H. (2015). Defenisi Kepuasan Pelanggan Menurut Kotler & Keller (201. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 8–25. <http://e-journal.uajy.ac.id/8729/3/2EM19191.pdf>
- Martiono, M. K. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada cv . Saprotan utama. *Soetomo Business Review*, 2(1), 32–48.
- Nabilah, S., Lubis, A., & Tarigan, E. D. S. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aroma Bakery dan Cake Medan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/10966>
- Nadhifah, N. (2021). Analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada pt citra kreasi *Soetomo Business Review*, 2, 267–278. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/sbr/article/view/3546/0%0Ahttps://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/sbr/article/download/3546/1497>
- NS Ramadhini. (2022). *BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. E-Commerce 2.1.1.1. Pengertian E-Commerce.* 10–23. <http://repository.stei.ac.id/7345/3/%28BAB%2029.pdf>
- Ordelia, J. K. (2018). *Pengaruh kualitas layanan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan di cafe one eighteenth coffe. 1*, 1–14.
- RI, M. K. (2019). No TitleEΛENH. *Ayan*, 8(5), 55.
- Rizki, D. K. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics Di Mall Metropolitan Bekasi). *Jurnal STEI*, 31(01), 1–17. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1125>
- Soelama, P. C. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Faktor Personal Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian sebagai Intervening.*
- Sugiyono. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Suherman, M., & Susan, M. (2022). Efek Bauran Pemasaran Pada Niat Beli Ulang Konsumen Umkm Makanan Dan Minuman Gereja Santo Paulus Bandung. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 421–431. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1874>
- Sujarweni (2015:225). (2019). Sujarweni (2015:225). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253.*

Tanzeh, A., & Arikunto, S. (2004). Metode Penelitian Kuantitatif dengan SEM PLS. *Metode Penelitian, X*, 22–34.

Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). ANALISA PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN DI RESTORAN IKAN BAKAR CIANJUR SURABAYA. *Neliti, 3*(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>