

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4, 38–43.
- Ahmad Fauzi. (2016). Pakaian Wanita Muslimah Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 41–58.
- Ari Prasetyo. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurusan Manajemen*, 4, 1–6.
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Basu Swastha. (2012). *Manajemen penjualan* (3rd ed.). BPFE Yogyakarta.
- Chriss Gratton, I. J. (2010). *Research Methods for Sport Studies*.
- Dapkevičius, A., & Melnikas, B. (2011). Influence of Price and Quality to Customer Satisfaction: Neuromarketing Approach. *Mokslas - Lietuvos Ateitis*, 1(3), 17–20.
<https://doi.org/10.3846/144>
- Dermawan, D. (2018). Bisnis Olahraga Dan Industri Olahraga. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Olahraga Tahun 2018 FIK Unimed*, 442–447.
- Diyatma. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Orisinal (Studi Pada Supporter Persib Bandung)*, 4(1).
- Elia, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*.
- Esty Purwanti, A., & Lupiana, F. (2023). Peran Sistem Informasi Pemasaran dalam Mengelola Proses Pemasaran Melalui Digital Marketing. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 88–102.
<https://doi.org/10.51903/jimeb.v2i2.607>
- Faisal Alan Tito. (2022). *Kajian Minat Beli Pakaian Olahraga Di Tinjau Dari Celebrity Endorsement Pada Media Sosial Instagram*.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25*.
- Gosal, S., & Setiobudi, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&Smoothieszone. *Performa*, 5(4), 303–310. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1785>
- Hermawan. (2018). No Title. *Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang*.
- Indarto, P., Subekti, N., & Sudarmanto, E. (2018). Pengukuran Tingkat Minat dengan Bakat Mahasiswa Pendidikan Olahraga Universitas Muhammadiyah Surakarta. *JSES : Journal of Sport and Exercise Science*, 1(2), 57. <https://doi.org/10.26740/jses.v1n2.p57-61>
- Kotler, P., & A. (2009). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Orisinal. *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2009). Dasar-Dasar Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*, 13.
- Manurung & Hadian. (2022). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DALAM BERBELANJA ONLINE SHOPEE. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2, 106–118.
- Marlina, E. (2020). Pengembangan Model Pembelajaran Blended Learning Berbantuan Aplikasi Sevima Edlink. *Jurnal Padagogik*, 3(2), 104–110. <https://doi.org/10.35974/jpd.v3i2.2339>
- Muhammad Fajar Laksana. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Depok : Khalifah Mediatama, 2019 © 2019.
- Muhammad Rifai Kurnia. (2016). PENGARUH MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERALATAN OLAHRAGA TENIS MEJA OKE SPORT DI KECAMATAN WONOSARI. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 24(1), 33–42.
- Napitupulu, F. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pt. ramayana lestari sentosa. *JA*, 16(1), 1–9. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>

- Nirwana. (2012). Pemasaran Harga. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4, 37–44.
- Rachel Pradize. (2022). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perusahaan Pakaian Olahraga*.
- Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen pemasaran jasa : berbasis kompetensi* (3rd ed.).
- Riduwan. (2019). *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung : Alfabeta, 2009. Bandung : Alfabeta, [2019].
- Sangkay, P. C. M., 1, Tumbuan, W. J. F. A., 2, & Wa, S. J. C. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN CAFÉ KOPI SOE DI MANA. *Jurnal EMBA*, 10, 1029–1039.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suparyanto dan Rosad. (2015). *Memajukan olahraga rekreasi dan event olahraga sebagai upaya meningkatkan penjualan produk industri olahraga*.
- Syafrizal Helmi. (2018). *Analisis data: untuk riset manajemen dan bisnis edisi keempat*. USU press, 2018.
- Taufan, M., & Azhari, M. Z. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Orisinal (Studi Pada Supporter Persib Bandung). *JURNAL IKRATH-EKONOMIKA*, 6, 202–208.
- Tiara Ghassani, M., & Sri Suryoko, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE Tahun*, 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Tjiptono. (2007). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. 4.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penel.*

- Wahyudi, N. A. (2018). Peran perkembangan industri olahraga dan rekreasi dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi generasi muda. *Seminar Nasional Ilmu Keolahragaan, 1*, 34–42.
- Walker. (2001). Managing Customer Dissatisfaction Through Effective Complaint Management System. *Journal of Management Strategy*, 331–335.
- Zeithaml. (2000). A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal and Retailing, 64*, 12–40.