

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2016). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Andi.
- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran* (1st ed.). UPP STIM YKPN.
- Aditia, I. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi Semarang The Factors which Influence Customer ' s Satisfaction at UD . Pandan Wangi Semarang*. 1–19.
- Aksa, M. H., & Ratnasari, R. T. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Aprileny, I., Wati, W. T., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 39–47. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.330>
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(1), 66–74. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.30>
- Azizah, M. (2012). Harga Yang Adil dalam Mekanisme Pasar dan Peran Pemerintah dalam Perspektif Islam. *Unisia*, 34(76), 74–85. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol34.iss76.art6>
- Basith, A., & Fadhilah, F. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk pada McDonald's di Jatiasih Bekasi. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 9(3), 192–203. <https://doi.org/10.29244/jmo.v9i3.28224>
- Bolton, R. N., & Lemon, K. . (1999). Dynamic Model of Customers' Usage of Services: Usage as an Antecedent and Consequence of Satisfaction. *Journal of Marketing Research*.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas

- Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Carvalho, J. C., & Sabino, E. (2019). *Strategy and Superior Performance of Micro and Small Businesses in Volatile Economies*. IGI Global Book Series.
- Chin, W. W. (2010). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*, April, 295-336.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- Dewi, N. K. T. U., Mitariyani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Bintang Bali Resort. *Jurnal Emas*, 3(7), 220.
- Dye, T. R. (1972). *Understanding Public Policy*. Prentice-Hall.
- Engel, J. F., Blackwell, R. ., & Miniard, P. . (1995). *Consumer Behavior*, (8th ed.). The Dryden Press.
- Erwin, Tahawa, T. H. B., Suciati, & Khaldun, R. I. (2021). Pengaruh Intervensi Pemerintah Indonesia Melalui Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 12/2019 Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 18(1), 46–56. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v18i1.13575>
- Farizky, M. Ibnu, Thalib, S., & Hendratni, T. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Di “What’S Good Coffee”. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(2), 92–103. <https://doi.org/10.35814/jimp.v2i2.3514>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM)*

Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8. dalam Riset Bisnis. PT Inkubator Penulis Indonesia.

- Haryono, T. (2015). Pentingnya Menjaga Dan Meningkatkan Hubungan Baik Dengan Konsumen Dalam Masa Krisis. *JEJAK: Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan*, 3(1), 75–82.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Howard, J. A. (1994). *Buyer Behavior in Marketing Strategy*. Prentice Hall.
- Hutama, C. L., & Subagio, H. (2017). Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–8. <https://media.neliti.com/media/publications/134793-ID-analisa-pengaruh-dining-experience-terha.pdf>
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Indra, R. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI ATAS HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Bus Pariwisata PO Jaya Indah Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Jamlean, S., Saleky, S. R. J., & Pattipeilohy, V. R. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1(1), 151–156.
- Juliandi, A. (2018). Structural Equation Model dan Partial Least Square. *Www.Ekonomiakuntansi.Id*, 1–30. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1243777>
- Kadek, N., Antari, Y., Wayan, N., Mitariyani, E., Cempaka, N. P., & Atmaja, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Customer Delight Pada Jasa*

Tata Rias Pengantin Griya Tirta Harum Dengan Perceived Value Sebagai Variabel Mediasi. 120–128.

- Kanthi, Y. A., Suharyono, & Kuamdji, S. (2016). *Pengaruh kualitas layanan terhadap nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.* 34–45.
- Komaludin, D., & Cokki, C. (2023). Peran Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Makanan Anjing. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(4), 907–916. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i4.26950>
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing management.* Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran.* Penerbit Erlangga.
- Marwanto, B., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (pada Konsumen Produk Sayuran Cv Tani Organik Merapi Pakem Sleman). *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(2), 120–128. <https://doi.org/10.56338/jks.v5i2.2251>
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- McCarthy, E. jerome. (1975). *Basic Marketing: A Mnagerial Approuach.*
- Mowen, J. C., Minor, M., & Yahya, D. K. (2002). *Perilaku konsumen* (5th ed.). Erlangga.
- Mubarq, H. (2023). *PENGARUH LOKASI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA TOKO BOLAMANIA GRESIK.*
- Nurkhasanah, S., & Mahmud. (2022). Pengaruh Persepsian Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Online Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada Shopeefood). *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(2), 1–16.
- Ovidani, Z., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Dafam Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 167–174.

<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27277>

- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64.
- Pasolong, H. (2019a). *Teori Administrasi Publik: Vol. Vol 3* (Issue ISSN:1410-9859). Alfabeta.
- Pasolong, H. (2019b). *Teori Administrasi Publik*. Alfabeta.
- Pratama, R. A., Sholihin, U., & Akbar, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan (Studi Kasus Pada Nongkaski Coffee and eatery) Rizal Agfrans Pratama Ustadus Sholihin. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 24–34. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i2.863>
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Performa*, 1(2), 162–170.
- Quach, T. N., Thaichon, P., & Jebarajakirthy, C. (2016). Internet service providers' service quality and its effect on customer loyalty of different usage patterns. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 104–113. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.11.012>
- Ratih, I. A. B. (2018). Pengaruh Kinerja Produk, Pelayanan Dan Sumberdaya Manusia Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Perusahaan Dan Kepuasan Pelanggan Pt Asuransi Jiwasraya. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 13(2), 176–198. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2009.v13.i2.292>
- Renaldi, R. (2016). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Warung Ayam Ngamok Malang). *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 91–105.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Urnal Ecodemica*, 2.
- Rotinsulu, E., Sumayku, S., & Sambul, S. (2015). Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Big Jay Family Karaoke. *Jurnal Administrasi Publik UNSRAT*, 2(029), 1302.

- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Ruqo'iyeh. (2012). *Pengaruh Motivasi Intrinsik Terhadap Kinerja Karyawan (Study kasus PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah. Malang)*. Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Saepul, S. A., Mulyatini, N., & Prabowo, F. H. E. (2019). Analisis faktor-faktor penetapan lokasi strategis perusahaan Pt. Pos indonesia cabang ciamis sebelum dan sesudah renovasi (studi kasus pada Pt. Pos indonesia cabang kantor pos ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(2), 25–41. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/view/2288>
- Santoso, A., & Widodo, S. Y. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopima USM. . ISSN:1410-9859)*.
- Saputra, A. D. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Millenium Penata Futures Malang. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(1), 75. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i1.7>
- Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 223–231. <https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss3.pp223-231>
- Sinabela, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 231–240.
- Siregar, N., Elfikri, M., & Daulay3, R. P. (2022). Pengaruh Lokasi. Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan. *Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat) .SOSEK*, 3(1), 1–9.
- Sofiah, S., & Nurmulya, F. (2024). The Influence Of Promotion And Service

- Quality Toward Purchase Intention of Es The Poci Consumers Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Es The Poci. *Jurnal Manajemen Bisnis Tri Bhakti*, 3(1), 76–93.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian dan pengembangan (research and development/R&D)* (4th ed.). Alfabeta.
- Sutra, A. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA KARTU TELKOMSEL (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu). (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(2), 209–226. <https://doi.org/10.36085/jems.v2i2.1559>
- Tasya, R., & Dwiyanto, B. M. (2022). Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Prestige Barbershop Di Kota Sabang Dengan Kepercayaan Pelanggan. *Diponegoro Journal of Management*, 11, 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/36601%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/36601/28136>
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.
- Wiyono. (2001). *EFEKTIFITAS EM (EFFECTIVE MICROORGANISM) TERHADAP PENURUNAN KADAR ZAT ORGANIK DALAM AIR LIMBAH INDUSTRI TAHU “ BINTANG “ DESA CEMANI, KECAMATAN GROGOL, KABUPATEN SUKOHARJO HARI* [Universitas Diponegoro]. <https://cursea.ihmc.us/rid=1R440PDZR-13G3T80-2W50/4>. Pautas-para-evaluar-Estilos-de-Aprendizajes.pdf
- Wulandari, S., & Marlana, N. (2020). Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Transportasi Migo Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(2), 791–797.
- Yanti, K., & Ferayani, M. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Pada UD Santia II. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 245–250.
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 47–61.

<https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>

Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A. (1996). *No TitleThe Behavioral Consequences of Service Quality. Journal of Marketing.*