

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
<https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Akbar, A. S. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mcdonald’S Lampung. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 59–68. https://doi.org/10.26460/ed_en.v4i2.2491
- Akbar, R. (2019). *Pengaruh Promosi Penjualan Iklan terhadap Minat Beli KOnsumen di Matahari Departement Store Palu Barat Jalan Diponegoro*.
- Desi, M. S., & Sri, S. (2018). Harga, kualitas produk, dan promosi pada kepuasan pelanggan seluler. *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo*, 27(3), 109–119. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/fe/article/view/2971/1250> diakses pada 12 Desember 2020 pukul 09.36.
- Imran, M. I. A. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 50–64.
- Indah Lestari, N. (2021). Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Pada Toko Online Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 14–30.
<https://doi.org/10.30656/jm.v11i1.2550>
- Indah Sari, D., & Raymond. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Matahari Department Store*. 1(Vol. 1 No. 2 (2019): Volume 1 No 2 2019), 1–10.
- Krisna Marpaung, F., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 1–16. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Kurnianingsih, W., & Sugiyanto. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia. *Skripsi Respositari*, 1(1), 510–524.
- Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI(2), 145–154.
<https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/112>
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and

Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 185.

- Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. (2021). Daya Tarik Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Dimediasi Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Minuman Thai Tea Di Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 4(1), 104–113. <https://doi.org/10.35965/jbm.v4i1.1079>
- Nasution, R. W. S., & Aslami, N. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Meningkatnya Kepuasan Pelanggan. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 111–118. <https://doi.org/10.47467/manageria.v2i2.896>
- Nursadiah, S., & Maharani, N. (2018). The Influence Of Sales Promotion On The Purchase Intentions At Indomaret Jl. Tamansari No. 16 Bandung City. *Jurnal Prosiding Manajemen*, 4(2), 1325–1330.
- Permatasari, D., & Wahyuningsih, T. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta. *Journal Stimykpn*, 1(1), 99–114.
- Rachman, T. (2018). Pengaruh Insentif Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Waringin Argo Jaya OKI. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Rahayu, N. Y., Metera, I. G. M., & Wati, N. P. S. (2019). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Kepuasan Konsumen Dari Produk Lpp Rri Singaraja. *Widya Amerta*, 6(1), 87–100. <https://doi.org/10.37637/wa.v6i1.320>
- Revyola, Viliandari, V., Ratnasari, A., & Bandung, C. (2019). Hubungan antara Promosi Penjualan dengan Kepuasan Pelanggan pada Produk Sepatu The Little Things She Needs Relationship between Sales Promotion and Customer Satisfaction at a Shoes Product berkembangnya Kota Bandung sebagai kota bisnisnya adalah Toko Sepa. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5(2), 7.
- Ristanto, H., & Aditya, G. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang) Hesti. *Bingkai Ekonomi*, 6(1), 58–71.
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234. <https://doi.org/10.26623/slsi.v17i3.1636>
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2021). the Effect of Brand Image, Product Quality, Quality of Service, Price Perception and Place on Consumer Buying Interest in Sido Kangen Bakso Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 48–61.

<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>

Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5141>

Sholihah, M., Bodroastuti, T., & Rustian, L. A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Tempe. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(2), 121–131. <https://doi.org/10.37470/1.24.2.206>

Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 144. <https://doi.org/10.30997/jsh.v9i2.1382>

Sulistiyani, L., & Umi, Y. A. (2021). Pengaruh Persepsi, Perilaku, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Tugu Jogja Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Bhiwara: Journal of Marketing and Commerce*, 6(1), 13–21.

Trenggana, A. F., & Suprihhadi, H. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(1), 1–17.

Wiguna, I. G. N. A. D., Agustina, M. D. P., & Tratintya, M. A. P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 2(2), 486–492. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>

Wijaya, V. A., & Oktavianti, R. (2019). Pengaruh Brand Image E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Pelanggan Tokopedia). *Prologia*, 2(2), 531. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3740>