

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Amilia and M. O. A. Nst, “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa,” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, vol. 6, no. 1, May 2017.
- [2] K. Kristanto and M. Adiwijaya, “Pengaruh Kualitas, Harga, dan Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Leko,” *AGORA*, vol. 6, no. 1, pp. 1–11, 2018.
- [3] I. M. A. Juniantara and T. G. R. Sukawati, “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen,” *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol. 7, no. 11, pp. 5955–5982, 2018.
- [4] M. F. Fernando and N. M. A. Aksari, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, vol. 7, no. 1, pp. 441–469, Dec. 2017.
- [5] V. S. Tahrin, J. Kalangi, D. Mukuan, P. Studi, A. Bisnis, and J. I. Administrasi, “Pengaruh Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Mega,” *Productivity*, vol. 1, no. 2, 2020.
- [6] E. Veronika, B. AY, and I. Aryati, “Pengaruh Brand Image, Harga dan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Martabak Brengos (D'Mrongos) Solo,” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, vol. 7, no. 2, 2018.
- [7] N. Novianti, E. Endri, and D. Darlius, “Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol. 8, no. 1, pp. 90–108, Mar. 2018.
- [8] D. P. Insriasari SP SE MM, “Pengaruh Harga, Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Oleh,” *Jurnal Ekonomi*, vol. 19, no. 3, 2017.
- [9] E. G. Asti and E. A. Ayuningtyas, “Analisis Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Saung Wulan,” *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, vol. 21, no. 1, p. 23, Apr. 2019.

- [10] M. Nadhira and C. D. Wulandari, "Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Pemediasi (Studi Empiris Pada Konsumen Mcdonald's)," *Indonesia Journal of Finance and Strategy Inside*, vol. 2, no. 1, 2022, doi: 10.53363/yud.v2i1.25.
- [11] P. Sopiyan and K. Gunawan, "Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Panineungan Maja Kabupaten Majalengka," *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, vol. 5, no. 2, pp. 76–90, 2018.
- [12] M. S. Dinata and I. Khasanah, "Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food, Semarang," *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, vol. 11, no. 1, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- [13] J. M. V. Mandei, J. D. D. Massie, and D. Soepono, "Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Brownice Beverage And Pastry," *Jurnal EMBA*, vol. 8, no. 4, pp. 361–369, 2020.
- [14] G. Rahman and Rayuwanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rumah Makan Rocket Chicken Sampit)," *E-Jurnal Ekonomi, Manajemen, & Akuntansi*, vol. 1, no. 1, 2020.
- [15] B. Rahayu, T. Putri, and S. Pt, *Manajemen Pemasaran*. 2017.
- [16] N. Putu, J. M. Putri, N. Made, and W. Kusumadewi, "Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum," *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol. 7, no. 8, pp. 4355–4384, 2018.
- [17] H. Wijoyo, D. Sunarsih, Y. Cahyono, and I. Indrawan, *Manajemen Pemasaran Di Era Globaisasi*. 2020.
- [18] A. Tan and M. A. Hidayat, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepercayaan Pada Perusahaan Gojek Indonesia Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil)," 2019.
- [19] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2019.
- [20] Hery, *Perencanaan Bisnis*. Jakarta: PT Grasindo, 2018.
- [21] N. L. L. Wulandari, I. M. K. Negara, and L. G. L. K. Dewi, "Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Wisatawan Pengguna Layanan Booking.com," *Jurnal IPTA*, vol. 4, no. 2, 2016.
- [22] S. Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. 2020.

- [23] J. Winata, “Pengaruh Direct Selling, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Honda PT Istana Deli Kencana (IDK 1) Medan Di Tengah Pandemi Covid 19,” 2021.
- [24] H. Wijoyo, D. Sunarsi, Y. Cahyono, and A. Ariyanto, *Pengantar Bisnis Lanjutan*. 2021.
- [25] M. Mulyana and Sulistiono, *The Creative Economy and Marketing Practices*. 2017.
- [26] P. Kotler and G. Armstrong, “Prinsip - Prinsip Pemasaran,” 2012
- [27] C. Betari Avinda, N. Sudiarta, N. Made, and O. Karini, “Strategi Promosi Bayuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata),” *Jurnak IPTA*, vol. 4, no. 1, 2016.
- [28] W. Yuliyanto, “Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Aleea Shopid Kebumen,” *Journal of Business and Economics Research*, vol. 1, no. 2, pp. 168–172, 2020.
- [29] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, 13th ed., vol. 1. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [30] K. G. S. Dwiya, “Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KOMPLAIN TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN: STUDI KASUS PADA HONDA ASTRA MOTOR,” *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, vol. 3, no. 1, 2018, [Online]. Available: <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- [31] F. Tjiptono and G. Chandra, *Service Quality and Satisfiation*. Jakarta: Andi, 2012.
- [32] Z. Raihana and P. Y. Setiawan, “Anteseden Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Niat Pembelian Ulang,” *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol. 7, no. 4, pp. 1892–1919, 2018.
- [33] A. Rahmad, “Pengaruh Ulasan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia.com Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMSU,” 2021.
- [34] E. P. Sinaga, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Showroom Ivo Mobil Tritura Medan,” 2017.
- [35] F. Halim *et al.*, *Manajemen Pemasaran Jasa*. 2021.
- [36] Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, 14 Jilid ke 1. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [37] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 14th ed. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2012.
- [38] G. Anugrah, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Kentang Goreng KFC Di Jalan Printis Kemerdekaan Kota Medan,” 2020.
- [39] S. E. , Ak. , M. Si. Ismaulina and A. M. EI. Muhayatsyah, *Keputusan Mahasiswa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Memilih Jurusan Baru*. 2020.
- [40] Dr. M. Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. 2019.

- [41] F. W. Putra and E. Sulistyawati, "Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Bakmi Tungku Di Kabupaten Badung)," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, vol. 7, no. 1, p. 525, Dec. 2017.
- [42] A. T. Yulinda, F. Ranidiah, and W. R. R. Jauhari, "Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan KFC Di Kota Bengkulu," *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam*, vol. 3, no. 2, 2020.
- [43] Sukezi, *Loyalitas Pelanggan Produk Terasi Rebon*. 2013.
- [44] Sugiyono, *Metode Penelitian*. Bandung: ALFABETA, 2016.
- [45] Sugiyono, *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research & Development)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- [46] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [47] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, Cetakan ke-13. Alfabeta, 2011.
- [48] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL