

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmaddien, I., & Widati, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Kasus Go Food). *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 2, 388–393.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94.
- Ashari, P. A., Hardiyono, H., & Aswar, N. F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Makasar. *Management Development and Applied Research Journal*, 3(1), 18–32.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. *Jurnal Akmami*, 2(2), 204–219.
- Balaka, M. Y. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Penerbit Widina. Bandung.
- Dewi, L. K., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada *Queenstreetstore*. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(2461–0593), 1–19.
- Dewi, Nuning Nurma. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Syntax Fusion*, 1(10), 627–638.
- Devi, L. K. I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen*, 1(2).
- Gotama, Z. W. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miwon (Studi Kasus Pada UD. Mbea Hasil Kaliku Distributor Miwon Lamongan)*. Skripsi. Universitas Islam Lamongan.
- Hardisman. (2021). *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM) (Langkah Praktis SmartPLS 3.3 dengan Penerapan Kesehatan)*. Bintang Pustaka Madani. Yogyakarta.

- Haris, D. (2018). kualitas dan desain produk dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen (studi kasus baju dagadu yogyakarta. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakyat*, vol 2 no 2.
- Haworth, J., & Vincent, P. (2021). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Pada Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Empat. *Advanced Geography and Geographical Learning*, 6(2), 113–116.
- Irawan, Veri. (2021). *Pengaruh Desain kemasan, Harga, Citra Rasa, dan Variasi produk Terhadap Keputusan pembelian Konsumen (studi Kasus pada Saling Sapa Coffee Modo)*. Skripsi. Universitas Islam Lamongan.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian : Analisis Kualitas Produk , Desain Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Muhtarom, Abid., Syairozi, Muhammad Imam., H. L. Y. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada UMKM Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Lest Square (PLS). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(DNU 14 TH), 391–402.
- Muhtarom, abid, Dkk. (2023). “Analisis Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Makanan Khas Lamongan (Study Kasus Pada Konsumen Sentral Nasi Boran Lamongan Dengan Analisis Metode Partial Least Square(Pls)-Str.”
- Nadia, N. (2022). Pengaruh Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk RC Feat RB Bordir. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3393–3397.
- Nuni A. *et. al* (2022). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Lada Di Provinsi Lampung. *Agrisep*, 23 nomor 1, 43–51.
- Oktaviani, Dita Fuandita. (2022). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Makanan Halal Di Manado*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pramudita, T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., Adilah, R., (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan : Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Manajemen Pemasaran*, 3(1), 424–436.

- Prastiwi, E. S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 244–256.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt . Matahari Department Store Di Mantos 2 Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty At Pt . Matahari Department Store In Mantos 2 Jurnal EM. *Ekonomi Manajemen*, 9(1), 1428–1438.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk , Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524.
- Rachman, B. J. (2018). *Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi pada Customer Distro Jolly Roger Semarang)*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Rachmawati, adinda dwi, dkk (2023). (n.d.). *pengaruh kualitas produk, inovasi produk, promosi, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian dimediasi kepuasan konsumen pada umkm kabupaten lamongan (metode structural equation modelling (SEM)- partial least square (PLS))*.
- Raramita, Ratna Wijayanti Daniar., et al (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Edisi 3). Widya Gama Press. Lumajang.
- Rifdah, Salsabila, Basrah Saidani, Ryna Parlyna. (2022). *Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap LoyalitasPelanggan Surat Kabar*. Universitas Negeri Jakarta.
- Safwati, F. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Dengan Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 5(1), 1-105.
- Sidik Priadana, D. S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books. Tangerang.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung
- Tannia, P. V., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 88–94.

- Tj, H. W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba Yang Dimediasi Dengan Strategi Promosi. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 2507(1), 1–9.
- Wardani, N. D. (2021). *Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu (Metode Structural Equation Modeling (Sem) - Partial Least Square (PLS))*. Skripsi. Universitas Islam Lamongan.