

DAFTAR PUSTAKA

- .Abdillah., W & Jogiyanto. 2009. Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM
- Abdullah. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Aharony, J., J. Wang, & H. Yuan. 2010. Tunneling as An Incentive for Earnings Management During The IPO Process in China. *Journal of Accounting and Public Policy*. Vol. 29: 1-26
- Allard, Thomas & Griffin, Dale. 2017. Comparative Price and the Design of Effective Product Communications. *Journal of Marketing*
- Albari, & Safitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(2), 328–337.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhallindo. Dalam Penelitian Bisnis . Penerbit Andi: Yogyakarta. Hal 262
- Amilia Suri, & Novianti Ayu. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan keuangan* 5(1) 459-468 .
- Andika, F. (2020). *pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang pada rumah makan sambal lalap cabang jambi oleh konsumen muslim* (Vol. 3, Issue 2017). <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Arianto, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Roda Hias Serpong. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1), 153–160. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i1.3512>
- Aris Tri Haryanto, S. N. D. (2016). pengaruh kepuasan konsumen sebagai mediator bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian (studi pada rumah makan pondok padi organik di sragen). *Journal of Economic Education*, 5(2), 206–213.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse.

Akamai: Akuntansi, Manajemen, Ekonomi, 2(2), 204–219.

- AZ, S. M. (2018). analisis pengaruh kualitas produk, promosi, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda vario (studi pada pengguna motor honda vario di kecamatan muara bulian). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18(1), 116. <https://doi.org/10.33087/jjubj.v18i1.439>
- Azmi, M. W., & Patrikha, F. D. (2022). *Pengaruh Online Customer Experiences Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening (Studi Pada Pembelian Elektronik Di Marketplace Shopee)*. 10(1).
- Dharmmesta & Irawan, 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi II, Liberty, Yogyakarta. Dharmmesta, Basu S
- Filemon, T., Iranita, I., & Lia, S. (2020). Pengaruh bauran promosi dan e-commerce terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada PT pegadaian (persero) cabang tanjung pinang timur (Doctoral dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji).
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk*
- Gitosudarmo, Indriyo dan Mulyono, Agus. (2009). *Prinsip Dasar Manajemen*. Edisi 3. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Ganesh, T. P., Rinanda, S., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 129–136.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang Harnanto. 2017. *Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis*. Yogyakarta: BPFE
- Hornady, F. A., Wahono, B., & Asiyah, S. (2016). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Burger King. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 81–95.
- Hartono, Jogiyanto. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. BPFE. Yogyakarta.

- Hermawan, L. (2015). Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk? *Jurnal Studi Manajemen*, 9(2), 142–153.
- Hijriah, M., Nur Najamuddin, M., & Serang, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Trans Studio Makassar. *Tata Kelola*, 7(1), 78–87. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i1.110>
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong. 2004. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Lovelock, C, & John Wirtz, 2011. “Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7”. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, C & Wirtz, J. (2004). “Services Marketing”, Fifth Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Kusuma, L. (2016). *Perancangan Promosi untuk Kopi Ceret Milik Pabrik Kopi Lodji Redjo*. 1–11. <https://media.neliti.com/media/publications/85432-ID-perancangan-promosi-untuk-kopi-ceret-mil.pdf>
- Manurung, W. A., & Dinda Amanda Zuliestiana S.E., M. . (2020). pengaruh *customer experience* dan *customer value* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada dunkin donuts tahun 2019 (studi pada pelanggan dunkin donuts bandung). *E-Proceeding of Management*, 7(1), 268–278.

- Mulyono, S. H., & Djatmiko, T. (2018). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction di Tokopedia. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1843–1848.
- Nasher Ahmad. (1967). pengaruh bauran pemasaran dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pt khong guan biscuit factory indonesia di kelurahan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Njoto, D. P., & Sinatra, K. B. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. *Pengaruh Harga Diskon Dan Persepsi Produk Terhadap Nilai Belanja Serta Perilaku Pembelian Konsumen*, 7(9), 27–44.
- Nurahman, I. (2021). pengaruh nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan terhadap (jmbi unsrat) keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada transportasi online grab (survei pada pelanggan grab di kabupaten sleman) ikhsan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi Pengaruh*, 8(2), 404–426. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/35039/33302>
- Nurhanifah, A. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Maharani Tri Utama Mandiri Cabang Semarang). *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*, 3, 1–76.
- Punuindoong, A., Tolan, M., & Pelleng, F. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Journal of Productivity*, 2(5), 360–364.
- Perkins, L. (2015). *Designing community and social experiment. in the community manager's playbook* (pp.221-238). Springer
- Rahmawaty, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breattalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 89–98. <https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11744>

- Risalat In Hijjah, A. A. (2015). pengaruh customer experience dan customer value terhadap customer loyalty melalui customer satisfaction. *Management Analysis Journal*, 4(4), 281–288. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i4.8880>
- Riyono dan Budiharja, Gigih Erlik. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*. Vol. 8 No. 2, Juni 201
- Robinette, S & Brand, C. 2008. *Emotion Marketing: The Hallmark Way of Winning Customers for Life*. Mc. Graw Hill Book Company. New York.
- Schmitt, B.H. (1999) *Experiential Marketing*. *Journal of Marketing Management*, 15, 53-67. Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*
- Suci, R. (2020). *Khong guan assorted biscuits* memasyarakat.
- Sugiyono, 2001. *Metode Penelitian*, Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta
- Safitri, D. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Burger King. In *Jurnal ekonomi & manajemen UIN Surabaya* (Vol. 53, Issue 9).

- Ummu Habibah & Sumiati. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura". *JEB17*. Vol.1, No.1, HAL 31-48
- Sandi, B. (2017). Pengaruh EWom dan customer experience terhadap keputusan pembelian produk pakaian di situs jual beli online Tokopedia. *Management and Business Review*, 1(2), 106–115. <https://doi.org/10.21067/mbr.v1i2.4766>
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh *Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention* Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee. *Cakrawala*, 3(1), 11–21.
- Yulianto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–172. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/244>
- Yusnia, B. (2020). *customer experience, diferensiasi produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di pusat grosir solo. Ekonomika*, 04(01), 227–235.