

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, D. R., Wahyono, D., Widyastuti, Nugraha, A. R., & Novita, Y. (2024). Pengaruh social media marketing, harga dan brand image terhadap minat beli. *Jurnal EMT KITA*, 8(2), 650–658.
<https://doi.org/10.35870/emt.v8i2.2324>
- Alfajri, A. (2018). Hubungan strategi promosi dengan keputusan pembelian gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(3), 418–424.
- Aprileny, I., & Emarawati, J. A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Tip Top Swalayan Pondok Bambu. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(2), 237–254.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryani, M. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli konsumen Mixue Kota Mataram. *Jurnal Visionary*, 12, 261–269.
- Bago, R., Sutardjo, A., & Anggraini, M. D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Els Coffe di Padang. *Jurnal Matua*, 4(2), 215–226.
- Basuki, A. T. (2015). *Analisis regresi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Dinda, A. K., Pagestu, A., & Arifudin, A. (2024). Pengaruh tingkat kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang di Aulia Cell. *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 2(2), 239–250.
- Duli, N. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Dumpapa, M. C., Pandowo, M. H. C., & Wenas, R. S. (2024). Pengaruh kelelahan emosional, work-life balance dan burnout terhadap kepuasan kerja pegawai. *Jurnal EMBA*, 12(1), 618–629.
- Elsa, L. K. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Kaodz. *Journal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 1(2), 78–82.
- Febriyanto, N. A., & Widiartanto, W. (2022). Kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli ulang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1226–1237.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen* (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.

- Irawan, I., Yuliana, Y., Arwin, A., & Jovando, W. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan orang tua murid di IEC Medan. *INSOLOGI: Jurnal Sains dan Teknologi*, 1(3), 332–339.
- Irfan, H. A. (2023). Kualitas pelayanan customer service, promosi terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pada game Valorant. *Jurnal EMBA*, 2, 683–692.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kristianto, P. A. (2024). Pengaruh promosi penjualan dan citra merek terhadap keputusan pembelian di Shopee. *Jurnal Arastirma*, 4(2), 341–352.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Adequacy of sample size in health studies*. Geneva: WHO.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi ke-3). Jakarta: Salemba Empat.
- Maulana, H., Oktaviani, N. E., & Handayani, N. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(3), 138–155.
- Nafiudin, A., Kurnia, D., & Safitri, A. T. (2021). Pentingnya desain ulang pekerjaan dan deskripsi pekerjaan. *Sains Manajemen*, 7(2), 155–167.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Oktavianus, L. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan customer value terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 388–396.
- Permatasari, D. N., Satriani, R., & Mandamdari, A. N. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan usahatani padi. *Mimbar Agribisnis*, 10(2), 1852.
- Pratama, F. H. (2021). Kualitas pelayanan terhadap minat membeli kembali pada produk Narma. Jakarta: STIE Indonesia.
- Priti Sera, & Manggu, B. (2023). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli ulang. *Transformasi*, 2(3), 207–220.
- Purnomo, H. (2017). *Statistika ekonomika dan bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Wade Group.

- Rama, R. Z., & Irda. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap minat beli ulang. *Executive Summary Mahasiswa Prodi Manajemen*, 25(2), 1–23.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rolando. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2012). Statistik untuk penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian administrasi: Dilengkapi dengan metode R&D (Cet. ke-22). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syafitri, M. L., et al. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat pembelian ulang pelayanan jasa Gojek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 283–296.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2012). Pengaruh kualitas produk dan product knowledge terhadap minat beli ulang. *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 1–15.
- Tjiptono, F. (2014). Manajemen jasa (Edisi revisi). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). Manajemen pemasaran jasa. Yogyakarta: Andi.
- Yunisya, N., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh servicescape terhadap minat beli ulang. *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(2), 120–131.