

DAFTAR REFERENSI

- Alvian, M. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada sektor ritel modern di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 14(1), 55–66
- Anastasia, R., Ruruk, N., Jaya, A., Halik, J. B., & Londong, J. P. (2023). *Pengaruh Relationship Marketing Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue Makassar*. 5(2), 13–37.
- Asman, N., & Apriliani, N. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sim Card Axis. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(7), 398–414.
- Assauri, S. (2022). *Manajemen Operasi Produksi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Berndt, A. E. (2020). Sampling Methods. *Journal of Human Lactation*, 36(2), 224–226. <https://doi.org/10.1177/0890334420906850>
- Dewi, R. N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 89–102.
- Dewi, R., & Intan, P. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada industri makanan dan minuman. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 134–145. <https://doi.org/10.31933/jimb.v12i2.2021>
- Hamdani, N. A., & Maulani, G. A. F. (2018). The influence of E-WOM on purchase intentions in local culinary business sector. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(2), 246–250. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.13325>
- Hamidah, W., Rismansyah, R., & Kurniawan, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kecantikan Ms Glow Di Kota Palembang. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(3), 675–682. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i3.7816>
- Handoko, H. T. (2021). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Khomilah, M. (2020). *Pengaruh Promosi , Atribut Toko (Store Attributes), dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Nick Coffe di Kota Bengkulu*. 1–98.

- Kotler, P. (2022). *Manajemen Pemasaran* (Benyamin (ed.)). Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Mahmoud, M. A., Hinson, R. E., & Adika, M. K. (2018). The Effect of Trust, Commitment, and Conflict Handling on Customer Retention: The Mediating Role of Customer Satisfaction. *Journal of Relationship Marketing*, 17(4), 257–276. <https://doi.org/10.1080/15332667.2018.1440146>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (2020). *The commitment-trust theory of relationship marketing revisited: Foundations and implications*. *Journal of Relationship Marketing*, 19(3), 165–185. <https://doi.org/10.1080/15332667.2020.1715269>
- Noviyanti. (2017). *Pengaruh Atribut Toko dan Brand Image store terhadap keputusan pembelian pada Supermaket Carrrefour di Pontianak*. 2(5), 964–973.
- Nugroho, F. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada UD . Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 3165–3171.
- Onassis, S., Utama, T., & Sutarno. (2024). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 647–653. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1043>
- Pérez, A. (2017). Predicting the binding mode of flexible polypeptides to proteins. *BMC Public Health*, 5(1), 1–8. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index>.
- Purwanti, P., Sarwani, S., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Unilever Indonesia. *Inovasi*, 7(1), 24. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v7i1.p24-31.5442>
- Rachmi, M. P. P.-. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Coklat Blitar. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 145–148. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/278>
- Rahmawati, D., & Santoso, B. (2022). Pengaruh relationship marketing terhadap loyalitas pelanggan pada industri ritel di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 45–57.
- Rolando, B., Dea, A. N., Manajemen, I., Manajemen, P., & Bangsa, U. D. (2024).

- Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pelanggan Mcdonald ' s.* 5(2), 192–205. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i2.1484>
- Salma, F. A., Saryadi, S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 758–763. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36079>
- Sari, N., & Nugroho, A. (2023). Kualitas produk dan persepsi konsumen dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di era digital. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 15(3), 201–213. <https://doi.org/10.52312/jmib.v15i3.2023>
- Satria, E. (2024). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Noka Cafe Kota Sungai Penuh. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 8180–8191. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/8070>
- Silalahi, D., Manullang, R. R., & Medinal. (2023). Analisis Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Gramedia Pangkalpinang. *JPMB: Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 10(2), 138–143. <http://www.e-jurnal.stie-ibek.ac.id/index.php/JIPMB/article/view/291>
- Simangunsong, R., & Morina. (2021). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 131–149. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.413>
- Sugiyono. (2013). Buku - Sugiyono. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (p. 407).
- Suhartanto, D. (2023). *Customer relationship and loyalty in service industries: Building emotional engagement through relationship marketing*. *Asian Journal of Business Research*, 13(2), 112–128. <https://doi.org/10.14707/ajbr.2309>
- Swastha, B., & Handoko, H. (2020). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Cv Andi
- Wallace, B. Y. T. C., Velasco, A., Lay, T., Zhang, J., Tromp, J., Tape, C., Liu, Q., Thompson, E. M., D. (2016). Damage to fault-zone rocks during fault slip results in the formation of a channel of low seismic-wave velocities. *Bulletin of the Seismological Society of America*, 106(1), 6465–6489.

Warliana, S. (2016). *Pengaruh Atribut Toko Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Pada 999 Mini Swalayan Soekarno-Hatta Pekanbaru. 01, 1–23.*