

DAFTAR REFERENSI

- Alkitbi, S. S., Alshurideh, M., Al Kurdi, B., & Salloum, S. A. (2021). Factors Affect Customer Retention: A Systematic Review. In *Advances in Intelligent Systems and Computing: Vol. 1261 AISC* (Issue September). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58669-0_59
- Asman, N., & Apriliani, N. (2020). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SIM CARD AXIS. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(7), 398–414.
- Assauri, S. (2019). *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>
- Khair, H. (2016). Dampak Atribut Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Dept Store Di Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 498–515.
http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_296012605093.pdf
- 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. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Benyamin (ed.)). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *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>
- Mowen, J., & Minor, M. (2017). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Noviyanti. (2017). *Pengaruh Atribut Toko dan Brand Image store terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Carrrefour di Pontianak*. 2(5), 964–973.
- Romadhoningrum, G. R., & Santosa, S. B. (2022). Pengaruh Atribut Produk, Promosi Penjualan, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Oleh Preferensi dan Minat Beli Konsumen. *Diponegoro Journal of Management*, 11(3), 1. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>

- 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>
- Setiawan, N. D., & Usman, M. N. (2018). Pengaruh komitmen, kepercayaan, dan kepuasan terhadap retensi pelanggan Honda Matic. *Journal of Business & Banking*, 8(1), 45–57. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1516>
- 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).
- Sulistiani, F., & Farida, N. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Komitmen dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Retensi Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Social and Political of Science Tahun*, 1–10.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2021). Analisis Pengaruh Customer Satisfaction Dan Trust IN BRAN Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pengguna Kartu XL di Sekolah Tinggi Manajemen Labora). *Jurnal Mitra Manajemen*, 12(2), 85–96.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2018). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Cv Andi
- Warliana, S. (2016). *Pengaruh Atribut Toko Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Pada 999 Mini Swalayan Soekarno-Hatta Pekanbaru*. 01, 1–23.