

## DAFTAR REFERENSI

- Abu-Bader, S., & Jones, T. V. (2021). Statistical Mediation Analysis Using The Sobel Test And Hayes SPSS Process Macro. In *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods* (Vol. 9, Issue 1). <https://ssrn.com/abstract=3799204>
- Aby Manyu, Siti Saroh, & Daris Zunaidah. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian KFC (Studi Kasus Pada Konsumen KFC Kota Malang Di Masa PPKM)*.
- Aprileny, I., Saputri, S., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Media Iklan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Pengunjung Di Jencia Park Tambun Bekasi. In *JakPus 3 IKRAITH-EKONOMIKA* (Vol. 3, Issue 74).
- Diah Pranitasari, Recksy Reynaldi, Ginanjar Syamsuar, & Dwi Windu Suryono. (2022). Analisis Perbandingan Tingkat Usabilitas, Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Aplikasi Online Shop Terhadap Kepuasan Belanja Online (Studi Kasus pada Tokopedia dan Shopee). *Media Manajemen Masa, Volume 10*.
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2). <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>
- Heri Diyan Kurniawan. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa JNE JL. Glagahsari No. 62 Yogyakarta)*.
- Inggang Perwangsa Nuralam. (2017). *Etika pemasar dan kepuasan konsumen dalam pemasaran perbankan syariah* (Cetakan Pertama). UB Press.
- Jamalong, S. A. S., Yulianti, Y., & Dahlia, M. (2022). Pengaruh Media Promosi Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Dessert Box Vanila Sweet. *Syntax Idea*, 4(9), 1371. <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v4i9.1953>
- Karunia, E., Simbolon, A. S., Asdar, M., Akmar, M., & Arfah, A. (2022). Determinan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen: promosi, kualitas produk dan harga. *FORUM EKONOMI*, 24(1), 21–29. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada.

- Luh Putu Purnama Dewi, N., Manajemen, P., Ekonomi, F., & dan Pariwisata, B. (2022). *Pengaruh Harga, Brand Image Dan Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jajanan Tradisional Klepon Crot Putu Krisna Adwitya Sanjaya (2) (1)(2)* (Vol. 2, Issue 1).
- Manggala, H., & Adirinekso, G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Shaburi Kelapa Gading. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19, 39–53.
- Mensah, D., Mensah, I., & Dei Mensah, R. (2018). Munich Personal RePEc Archive Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurants on University of Cape Coast Campus Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurants on University of Cape Coast Campus. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 18(88449), 27–36. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1247542>
- Michael Jibrael Rorong. (2016). *Peran Komunikasi:Teori,Teknologi,Informasi dan komunikasi,Komunikasi Bisnis*. Deepublish.
- Niswaton Nadhifah. (2021). *Analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada pt citra kreasi makmur kediri. vol 2.*
- Nurdin, S. T., & Latifah, F. N. (2021). The Effect of Instagram Ads, Prices and Halal Labeling of KFC Fast Food Restaurants on Purchase Decisions. *Academia Open*, 4. <https://doi.org/10.21070/acopen.4.2021.2031>
- Oktavian, F., Budi, S., Abdurachman, U., Situbondo, S., Soeliha, S., & Tulhusnah, L. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sembako Barokah Mlandingan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(5), 1084–1095.
- Oktaviani, S., & Hernawan, E. (2022). *Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica* (Vol. 1, Issue 3). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Edisi ke 9). Erlangga.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12 jilid 1 & 2). PT. Indeks.
- Pitria Febriana. (2020). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazizaa Chicken And Pizza Di Jambangan Surabaya.*
- Retina S Sedjati. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.

- Rutjuhan, A., & Ismunandar, I. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym. *Pamator Journal*, 13(1), 105–109. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.7015>
- Singgih Santoso. (2014). *Statistik Parametrik Edisi Revisi*. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Tarigan, B. I., & Lapian, S. L. H. V. J. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga Dab Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Saroha Di Kota Manado. In *Tampenawas 491 Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 1).
- Top Brand Award. (2022). *Komparasi Brand Index*. Diakses pada 20 Desember 2022, [https://www.topbrandaward.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=3&id\\_kategori=6&id\\_subkategori=157](https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=3&id_kategori=6&id_subkategori=157)
- Tjiptono Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (edisi 1). Andy.
- Tjiptono Fandy, & Gregorius Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik* (Edisi 3). Andi.
- Yang, Y., Khan, Z., & Zhang, Y. (2020). The influence of social media marketing on apparel brands' customers' satisfaction: The mediation of perceived value. *Asian Academy of Management Journal*, 25(2), 167–188. <https://doi.org/10.21315/aamj2020.25.2.7>