

DAFTAR PUSTAKA

- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2015). Pengaruh Persaingan Dan Bauran promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *3*, 14–34.
- Faradisa, I., H, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Bauran promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian. *Journal of Management*, *2*(2), 1–13. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517/503>
- Febrianza, R., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-CommerPe Shopee (Studi Pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa STEI Jakarta). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–19.
- Fradesa, F. (2020). Pengaruh Bauran Promosi dan *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pengunjung pada Candi Muara Jambi. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *10*(2), 125. <https://doi.org/10.33087/eksis.v10i2.174>
- Ghozali, I. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Banjar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, *3*(1).
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Persaingan, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, *4*(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha , Inovasi Produk , dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *19*(1), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Hukum, F., & Warmadewa, U. (2020). Pengaruh Sistem Kartel Terhadap Stabilitas Persaingan. *1*(2), 116–120.
- Imran, M. I. A. (2018). Pengaruh Kepuasan konsumen Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(1), 50–64.
- Isnaini, T., & Abdullah, H. (2019). Pengaruh Pemasaran Dan Persaingan Pasar Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Mekar Sport Beureunuen. *Jurnal Real Riset*, *1*(1), 38–47.
- Jaya, S. (2018). Analisis faktor-faktor kepuasan konsumen pada rumah makan Geprek Benu di Bandar Lampung. 13–53.
- N. Lontoh, M. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tende. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, *16*(01), 515–525.
- Nugraha Windusara, D., & Artha Kusuma, A. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap

- Keputusan Pembelian Oppo Smartphone. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(12), 243300.
- Panjaitan, I. (2016). Pengaruh Pelayanan dan Harga Pada Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating. *Media Studi Ekonomi*, 19(2), 43–55.
- Rahim, R. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Ladaya Kutai Kartanegara. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(4), 272. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i4.3563>
- Rahmat Nizar, M. (2015). Penggunaan Brosur Sebagai Media Iklan Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Pt a&S Holiday Travel Palembang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://eprints.polsri.ac.id/2380/3/BAB II.pdf>
- Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Minat beli ulang konsumen E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Persaingan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. In Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Instrumen Pengendalian Moneter: Operasi Pasar Terbuka* (Vol. 10). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Syarah syafira. (2019). Pengaruh keunggulan bersaing dan Kinerja Usaha terhadap Orientasi Pasar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Tiefani; Asron Saputra. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Pt Anugerah Avava Cemerlang Batam. *Jurnal EMBA*, 8(1), 2095–2105.
- Yanti Febrini, I., Widowati PA, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35–54. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan CikZulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Da. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 106–128.