DAFTAR PUSTAKA

Abdillah,W.,& Hartono,J.2015. *Prtial Least Square (PLS) – Alternative Structural Equations Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Dwi Prabantini (ed)).CV

Abdullah, D. N. M. A., dan Rozario Francine. 2010. Influence of Service and Product Quality towards Customer Satisfaction: A Case Study at the Staff Cafeteria in the Hotel Industy. *International Journal of Human Social Sciences*, 5 (7): 454-459.

Afriati, N. E. 2019. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Poduk, dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Keju Prochiz (Studi Kasus Pada PT. Mulia Boga Raya). *Universitas Mercubuana*.

Anggraini, E. A. 2019. Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy'ari Jombang. STIE Mahardhika Surabaya, Surabaya.

Anisa, N., dan Sitohang, H. T. 2021. *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. IOCS Publisher.

Ansah, A.2017. Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 1 (2), 178-189. https://doi.org/10.29313/amwaluna,v1i2.2211

Anuraga , G. dam Otok, B.W. 2013. Permodelan Kemiskinan di Jawa Timur dengan *Structural Equation Modelling-Partial Least Square. Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang. 1(2).*

Astiti, N. M. 2017. *Teknologi Pengolahan dan Pengemasan Produk Hasil Peternakan.*Universitas Warmadewa : Denpasar.

Aulele, S.N., Hiariey, A.H., Lesnussa, Y.A., dan Matdoan, M.Y. 2018. Analisis Indeks Kepuasan Mahasiswa Jurusan Matematika FMIPA Unpatti Terhadap

Operator SIMPATI Menggunakan *Structural Equation Modelling. Sainmatika : Jurnal Ilmiah Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam* . 15(1): 1-7.

Arista, D., Eva, D., dan Anita, S. 2021. Pengaruh Atribut Produk Kopi Bubuk Instan Indocafe Terhadap Kepuasan Dan loyalitas Konsumen di Kota Pontianak. *Program Studi Agribisnis Universitas Tanjungpura, 17*, 83-94.

Aziz, Martini & Siregar.2022. Pengaruh Fitur dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Komunitas Facebook MI Fans Krawang). 9 (2), 53-60.

Ermalina.2020. Pengaruh Fitur, Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Pintar.3 (1), 13-20.

Ferrinadewi. E. 2005. Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajement dan Kewirausahaan*, 7(2): 127-139

Ghozali,I. 2008. SEM Metode Alternatif dengan PLS. *In Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*

Ghozali,I. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.*Badan Penerbit UNDIP, Semarang.

Ghozali I., & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares* Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair.,J. F., Hult, G. T.M.,Ringle, C. M.,& Sarted, M. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equations Modeling (PLS-SEM).*2.

Indrasari, M. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Penerbit Unitomo Press, Surabaya

Joni, Anwar, & Fahrur.2019. Membangun Kepuasan Melalui Keputusan Pembelian Berbasis Atribut Produk (Studi Pada Pengguna Hp Oppo Di Mentari Cell Jember). Universitas Muhammadiyah Jember, Jember.

Karimah, C. Z. 2019. Pengaruh Desain Produk, Promosi, Garansi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tapperware di Surabaya. *Jurnal Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*, 127,

Kotler, K. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (Terjemahan Jaka Wasana).* Salemba Empat, Jakarta.

Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran : edisi Milenium, jilid 2.*PT. Prenhalindo, Jakarta.

Kotler, P. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1.* Erlangga, Jakarta.

Kotler, P. dan G. Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1. Erlangga, Jakarta

Kotler, P. 2012. *Marketing Management.*Person Eduqation, New jersey.

Kotler, P. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1.* Erlangga, Jakarta.

Keller,P & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas.Jilid 2 Terjemahan Oleh BOB Sabran.*. Erlangga, Jakarta.

Kotler, P dan Amstrong. 2012. *Principles Of Marketing.*Prentice-Hall, Inc.38, New Jersey.

Limakrisna, N., & Ali, H. 2016. Model of customer satisfaction: Empirical study at fast food restaurant in bandung. *International Journal of Business and Commerce*, 5(6), 132-146. Empirical study at fast food restaurant in bandung. *International Journal of Business and Commerce*, 5(6), 132-146.

Maoyan. 2014. "Consumer Phurchase Intention Research Basedon Social Media Marketing". *International Juornal of Business and Social Science, Vol.5*, 92-97.

Murti, W., & Yulian, F. H. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Implikasinya Pada Kepuasan Konsumen Smartphone Xiaomi Di Pusat Handphone PGC Cililitan. Jurnal Manajemen FE-UB, 7(2), 45-59.

Nasution, S. A. 2017. Pengaruh citra merek, harga kualitas produk terhadap keputusan pembelianhandphone merek xiomi di kota langsa. *jurnal ekonomi Universitas Samudra*, 662.

Noor, Z. Z. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Penerbitan CV. Budi Utama : Yogyakarta

Noor, D. P., & Edy. 2020. Analisa Dan Perancangan Sistem Penjualan Berbasis E-commerce Menggunakan Metode Ucd (User Centered Design) Pada Angel Games Shop. *Akselerator : Jurnal Sains Terapan Dan Teknologi*, 1, 1-10.

Nurrizka, A. F. 2016. Peran Media Sosial di Era Globalisasi Pada Remaja di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja dalam Perspektif Perubahan Sosial. Jurnal Analisa Sosiologi Universitas Tanjungpura, vol 5 no 1: 28-37

Pahlevi, A. S., & Sutopo . 2017. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Sepeda Motor Matic (Studi Pada Yamaha Mataram Sakti Semarang). *Jurnal of Management, 6(1), 1-13.*

Pangestu, A.R & Yahya. 2023. Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Perlengkapan ABRI Santy Sembada 10 Surabaya.

Pratama, I. W. 2022. *Digital Marketing.*PT. Global Eksekutif Teknologi, Padang.

Ramadhan, F. R., & Rachmawati, I. 2018. Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone Oppo (Studi Pengguna Oppo Di Kota Bandung). EProceedings of Management, 5(3), 1-10.

Rosallia, S. 2016. Pengaruh Atribut Produk Rotiboy Terhadap Kepuasan Konsumen di Mall Ciputra Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, vol.0,161-169, di akses 12 Januari 2024

Santoso, Singgih. (2011). Structural Equations Modeling (SEM), Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18.0, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Sinambela, E. A. 2022. Pengaruh Atribut Produk, Kepercayaan Merek, Negara Asal Terhadap Niat Beli Pada Konsumen Minuman Probiotik Yakult. *Journal of Trends Economics and Acounting Research, vol.2*, 107-113.

Suari, M. T.2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurusan Manajemen, Umiversitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, vol.5*, 2576-8782.

Sugiyono. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,dan R&D.*CV.Alfabeta, Bandung

Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*.Penerbit CAPS, Yogyakarta.

Tambunan, N. 2016. Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Hoka-Hoka Bento Di Kota Bogor. Jurnal Media, di akses 12 Januari 2024

Tussafinah, Hima. 2018. Pengaruh Rating dan Ulasan, Jaminan 100% Pengembalian dan Layanan COD atau Bayar di Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Lazada : Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Wali songo Semarang. Diunduh tanggal 4 Agustus 2023.

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Pengaturan Merek Dagang.

Wulandari, Z., Mulyati, A., & Tjahjono, E. 2020. Analisis Pengaruh Kulaitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Marketplace Shopee). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1).

Zusrony, E. 2018. *Perilaku Konsumen di Era Modern.* (R. A. Kusumajaya, Ed.) Yayasan Prima Agus Teknik, Semarang.