DAFTAR PUSTAKA

Agustina, A. N., 2024. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Whitebone Resto Semarang),* s.l.: s.n.

Anggita, E. D., Hoyyi, A. & Rusgiyono, A., 2019. ANALISIS STRUCTURAL EQUATION MODELLING PENDEKATAN PARTIAL LEAST SQUARE DAN PENGELOMPOKAN DENGAN FINITE MIXTURE PLS (FIMIX-PLS) (Studi Kasus: Kemiskinan Rumah Tangga di Indonesia 2017). *Jurnal Gaussian,* 8(1), 35-45.

Aryatama, A. & Irawati, S. A., 2024. Pengaruh Cita Rasa, Pelayanan Konsumen, dan Lokasi yang Strategis Terhadap UMKM Kuliner Di Sampang. *Edunomika,* 8(1), 1-15.

Budiono, A., 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi harga, promosi, lokasi, kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen di rumah makan bebek kaleo tebet jakarta selatan di masa pandemi covid 19. *SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis,* 17(2),223-247.

Chairani, E. R., 2022. *Analisis Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kecantikan Halal Dengan Metode Analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS),* s.l.: Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Cole, D. A. & Preacher, K. J., 2014. Manifest Variable Path Analysis: Potentially Serious and Misleading Consequences Due to Uncorrected Measurement Error. *Psychological methods,* 19(2),300-315.

Dewi, I. K., 2020. Analisis Pengukuran Kuakitas Layanan Nasabah Secara Online Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (Studi Kasus Bank Manidiri Tanggerang Harvest Bintaro). *Skripsi S1 Sistem Informasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.*

Dewi, I. R., Michel, R. J. & Puspitarini, D. A., 2022. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Prima Freshmart Cirebon. *JURNAL MANEKSI,* 11(1), 314 - 321.

Fatrina , D., Kamil, I. & Hasan, A., 2020. Pengaruh Live-Chat dan E-WOM Terhadap Pengambilan Keputusan Transaksi Online Pada Marketplace E-Commerce. *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi,* 5(3), pp. 121-129.

Fauziah, D., Ali, H., Manurung, A. H. & J., 2024. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Siber Multi Disiplin,* 1(4), pp. 159-172.

Firdaus, N., Mauladi, K. F. & Yaskun, M., 2024. Pengaruh Harga dan Varian Produk Terhadap KeputusanPembelian Makanan Ringan dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Santri Pondok Pesantren Gadingmangu Jombang. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah,* 3(5), pp. 4827-4842.

Fitria, H. & M., 2021. Pendekatan Metode Structural Equation Model (SEM) Untuk Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Pada Jasa Kurir. *Journal Of Industrial Engineering And Technology (JOINTECH UMK),* 2(2), pp. 71-79.

Galieno, R., Rahmawati, V. & Mettan, S. V., 2021. Peran Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Coklat. *JOURNAL OF EMERGING,* 1(2), 259-272.

Guntara, S. P., 2021. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Seragam Futsal Pada Toko Focus Konveksi Di Pekanbaru,* s.l.: s.n.

Hair, J. F., Hault, G. T. M., Ringle, C. M. & Sarstedt, M., 2017. *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).* s.l.:SAGE PUBLICATIONS, INC.

Hanafuki, A., Zsa, E. Z., Putri, L. A. & Septiyaningsih, R. S., 2024. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Melalui Minat Beli Sebagai Intervening.* Surabaya, s.n.

Indahyani, C. P., Siswadi, B. & Maula, L. R., 2023. Karakteristik Konsumen dan Persepsinya Terhadap Atribut Produk Pada Cokelat Cafe, Kota Batu. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis,* pp. 1-11.

Irfan, M. Z., Arief, M. Y. & Soeliha, S., 2023. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Tahu Tek Cak Sugeng Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME),* 2(10), pp. 2376-2395.

Kurniati, K., 2020. *Pengaruh Pengawasan dan Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerj Karyawan Bagian Produksi Pada PT. Sari Lembah Subur,* s.l.: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru.

Kusumawati, D., Fuadi, F. & S., 2024. Analisis Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Produk Es Teh Cup Jumbo. *Serat Actya-Jurnal Ilmiah Untag Semarang,* 13(1), 22-37.

Lesninghati, R., 2023. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Minat Beli konsumen Dalam Membeli Beras (Studi Kasus pada Konsumen Beras UD Rahayu di Blora),* s.l.: Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.

Liana, A., Annisa, W., Mahardika, D. & Sanjaya, V. F., 2023. PENGARUH LOKASI USAHA, CITA RASA, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK (STUDI PADA KONSUMEN STEAKY STEAK). *Jurnal Manajemen dan Bisnis,* 2(2), 127-150.

Maghfiroh , V., 2021. *Moderasi IT Capability Terhadap Hubungan Proses Bisnis Perusahaan Dengan Kinerja Karyawan PT. Eratex Djaja Tbk,* s.l.: Program Studi SIstem Informasi Univeristas Islam Negeri Sunan Ampel.

Mari Ci, A. & R., 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Golden City Residence Kota Batam. *scienta Journal,* 3(3).

Nainggolan, N. P. & H., 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Journal of accounting & Management Innovation,* 2(2), pp. 139-155.

Nelfianti, F., Andriani, R. & Tenri Waru, A. P. D., 2024. *PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN RESTORAN JEPANG.* s.l., Proceding National Conference Business, Management And Accounting.

Prakoso, T. D. & Sumaryanto, 2024. Pengaruh Cita Rasa, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Burjo Bro Kota Surakarta. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis,* 2(4), pp. 251-261.

Pratama, S., 2024. *Pengaruh Harga, Cita Rasa, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ayam Penyet Podo ROso Pekanbaru Di tinjau Menurut Persepktif Ekonomi Syariah,* s.l.: s.n.

Putra, G. P. & Pratiwi, A., 2024. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pawon Sangit Colomadu Karanganyar. *Master Manajemen,* 2(3), pp. 80-93.

Rahardi, H., Rahmi, E. A. & Chania, L. N., 2023. Analisis Strenght, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) Pada Pengembangan Usaha D'Sruput. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mandira Cendikia,* 1(13), 46 -49, https://journal-mandiracendikia.com/jip-mc.

Sanjaya, N. E., 2021. Pengaruh Harga, Promosi dan Social Influence Terhadap Minat Beli Pada Usaha Rumah Hok. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB,* Issue 9(2).

Saputra.H, A., 2023. *Pengaruh Merketing Mix Terhadap Minat Beli Merchandise Korean pop (Studi kasus Pada Komunitas Online Kpopers),* s.l.: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat.

Septianingrum, H. N., 2024. *menawarkan berbagai pilihan minuman coklat seperti Duga Choco, coklat susu, matcha, coklat karamel, dan velvet karamel, namun bisnis ini menghadapi beberapa tantangan, terutama terkait*

penjualan tertinggi pada menu best seller. Menu andalan dari UMKM ini, s.l.: s.n.

Simbolon, G., 2024. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhedap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan bBersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Air Minum Isi Ulang di Perumahan Mendalo Asri,* s.l.: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis.

Suciawan, C. C., 2022. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Niat Beli Konsumen Baticue. *PERFORMA;Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis,* 7(4), 408-417.

Yakin , A., 2024. *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI BSI MOBILE JABODETABEK,* s.l.: PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.

Yuliastuti, R., W, G. I. & Rosalinda, G., 2024. Analisis Potensi Pemasaran Minuman Coklat Kekinian Berbasis Gluten-Free Sebagai Upaya Pengembangan UMKM di Kecamatan Wonocolo, Surabaya. *JAPENDIMAS.*1(1) 27-33.

Yunaida, E., 2017. Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan,* 6(2).