



**JIMT:**  
Jurnal Ilmu Manajemen Terapan

E-ISSN: 2686-4924  
P-ISSN: 2686-5246

<https://dinastirev.org/JIMT>   [dinasti.info@gmail.com](mailto:dinasti.info@gmail.com)   +62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jimt.v6i2>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Pengaruh Keberagaman Produk, Lokasi, dan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)

**Annisa Zahra Mutaqin<sup>1</sup>, Hapzi Ali<sup>2</sup>, Muhammad Asif Khan<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, email: [annisazahra734@gmail.com](mailto:annisazahra734@gmail.com)

<sup>2</sup>Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, email: [hapzi@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:hapzi@dsn.ubharajaya.ac.id)

<sup>3</sup>Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, email: [batisterasi@yahoo.com](mailto:batisterasi@yahoo.com)

Corresponding Author: [annisazahra734@gmail.com](mailto:annisazahra734@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstract:** *Literature Review article The Effect of Product Diversity, Location and Purchasing Decisions on Customer Satisfaction is a scientific article used to build a research hypothesis of the influence between variables that will be used in further research. The method of writing Literature Review articles is the library research method, which is sourced from online media such as Google Scholar, Mendeley and other online media. The results of this article are: 1) Product Diversity affects Customer Satisfaction; 2) Location affects Customer Satisfaction; and 3) Purchasing Decisions affect Customer Satisfaction. Apart from these 3 exogenous variables that affect the endogenous variable Customer Satisfaction, there are still many other factors including brand image, product quality, price, service quality and promotion.*

**Keyword:** *Customer Satisfaction, Product Diversity, Location and Purchasing Decisions*

**Abstrak:** Artikel Literature Review Pengaruh Keberagaman Produk, Lokasi dan Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan adalah artikel ilmiah yang digunakan membangun hipotesis riset pengaruh antar variabel yang akan digunakan pada riset selanjutnya. Metode penulisan artikel Literature Review adalah dengan metode library research, yang bersumber dari media online seperti Google Scholar, Mendeley dan media online lainnya. Hasil artikel ini adalah: 1) Keberagaman Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan; 2) Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan; dan 3) Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain dari 3 variabel exogen ini yang mempengaruhi variabel endogen Kepuasan Pelanggan masih banyak faktor lain di antaranya adalah citra merek, kualitas produk, harga, kualitas layanan dan promosi.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Keberagaman Produk, Lokasi dan Keputusan Pembelian.

## PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan industri furniture di Indonesia semakin pesat dengan munculnya lebih banyak pelaku usaha dan variasi produk yang bervariasi. Kini, masyarakat semakin menghargai desain interior yang menarik, menyebabkan permintaan akan furniture terus meningkat. Keberagaman produk dan lokasi usaha yang strategis sangat berperan dalam menarik minat konsumen. Ini mendorong pelaku industri furniture untuk memperhatikan kedua aspek tersebut dalam strategi pemasaran mereka.

Adanya tingginya permintaan terhadap produk furniture yang berkualitas serta beragam di Indonesia memberikan peluang kepada para pelaku industri untuk bersaing secara efektif. Banyak pengusaha menawarkan beragam produk dengan desain menarik dan fungsi yang berbeda, sehingga konsumen memiliki banyak opsi untuk dipilih. Dalam situasi seperti ini, perusahaan perlu memahami perilaku konsumen supaya bisa menawarkan produk yang cocok dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Lokasi usaha yang strategis merupakan hal yang tak kalah penting dalam menarik minat pelanggan. Dengan menyuguhkan produk bermutu tinggi dan pelayanan yang memuaskan, perusahaan bisa meraih keuntungan yang lebih di pasar furniture yang terus bertumbuh.

Fenomena dalam industri furniture menunjukkan adanya perubahan dalam kepuasan pelanggan yang disebabkan oleh keterbatasan variasi produk dan lokasi usaha yang kurang strategis. Hal ini berdampak pada penurunan keputusan pembelian konsumen. Kondisi ini menjadi tantangan bagi pelaku industri untuk menarik minat pelanggan. Dengan meningkatkan variasi produk dan memilih lokasi usaha yang lebih strategis, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing di pasar furniture. Hasil pra riset ini sejalan dari riset sebelumnya yaitu, (Hardiansyah, 2024), (Annisa et al., 2024), dan (Syeha Rahmawati et al., 2023).

Artikel ini membahas pengaruh Keberagaman Produk, Lokasi dan Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan, suatu studi literature review dalam bidang Manajemen Pemasaran.

## Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah keberagaman produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
3. Apakah Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?

## Penelitian Terdahulu

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu**

No	Author, Tahun	Hasil Riset	Persamaan	Perbedaan	Hipotesis
1.	Adam et al (2024)	Kualitas dan keberagaman produk berdampak positif terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan, yang juga berpengaruh positif terhadap keputusan membeli.	Keberagaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Tidak meneliti pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	H1
2.	Diantika et al (2022)	Keragaman produk, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.	Keberagaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Tidak meneliti pengaruh ketersediaan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	H1

No	Author, Tahun	Hasil Riset	Persamaan	Perbedaan	Hipotesis
3.	Wijoyo et al (2023)	Keberagaman produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Keberagaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Tidak meneliti harga terhadap kepuasan pelanggan	H1
4.	Mercelina & Renwarin (2022)	Suasana toko dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian, baik secara individual maupun simultan.	Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Tidak meneliti pengaruh suasana toko terhadap kepuasan pelanggan	H2
5.	Sihombing et al (2023)	Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan, tetapi tidak terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian juga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Lokasi dan keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Tidak meneliti pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan	H2
6.	Kurniawan & Soliha (2022)	Kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Tidak meneliti kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan	H2
7.	Anjaya et al (2024)	Harga dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Tidak meneliti pengaruh harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan	H3
8.	Tirtayasa et al (2021)	Kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Tidak meneliti pengaruh kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan	H3
9.	Pratiwi et al (2022)	Harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kemudian harga, kualitas produk dan keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Tidak meneliti harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian	H3

## METODE

Metode penulisan artikel ilmiah ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kajian pustaka (Library Research). Mempelajari teori, hubungan, atau pengaruh antar variabel dari literatur ilmiah yang tercatat dalam buku dan jurnal, baik melalui sumber offline di perpustakaan maupun secara online melalui platform seperti Mendeley, Google Scholar, dan media online lainnya.

Dalam penelitian kuantitatif, penggunaan kajian pustaka harus dilakukan secara konsisten sesuai dengan asumsi-asumsi metodologis. Hal ini menyiratkan bahwa metode yang diaplikasikan harus bersifat induktif demi menghindari mengarahkan pertanyaan dari peneliti. Salah satu alasan krusial dalam pelaksanaan penelitian kuantitatif ialah sifat eksploratifnya (Ali & Limakrisna, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pembahasan artikel literature review ini dalam konsentrasi Manajemen Pemasaran adalah:

### 1. Pengaruh Keberagaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui keberagaman produk, manajemen perusahaan perlu: 1) Menyediakan variasi merek yang relevan; 2) Menawarkan produk yang lengkap sesuai kebutuhan rumah tangga dan bisnis; 3) Memberikan opsi ukuran yang beragam; 4) Memastikan produk berkualitas tinggi. Penerapan strategi ini akan meningkatkan kesesuaian harapan pelanggan, minat untuk berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain.

Apabila manajemen dapat mengoptimalkan merek, kelengkapan, ukuran, dan kualitas produk, hal ini akan berdampak pada: 1) Kesesuaian Harapan: pelanggan merasa puas karena produk memenuhi atau melebihi ekspektasi; 2) Minat Berkunjung Kembali: pengalaman positif mendorong pembelian ulang dan membangun loyalitas pelanggan; 3) Ketersediaan Merekomendasikan: pelanggan yang puas akan merekomendasikan produk kepada orang lain, meningkatkan promosi dari mulut ke mulut, penjualan, dan perkembangan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Rohman & Marlina (2021), yang menyatakan bahwa keberagaman produk berperan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Variasi produk yang beragam dan berkualitas memenuhi kebutuhan konsumen, menciptakan pengalaman belanja positif, dan meningkatkan loyalitas serta keunggulan kompetitif perusahaan.

Keberagaman produk berperan signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dengan menyediakan pilihan produk yang lengkap, sesuai kebutuhan, dan berkualitas, perusahaan dapat menciptakan kesan positif. Hal ini sejalan dengan temuan (Rahman et al., 2024), (Putri & Gunawan, 2021), dan (Sinaga, 2024), yang menunjukkan keberagaman produk sebagai strategi utama untuk menjaga kepuasan pelanggan dan daya saing pasar.

### 2. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui lokasi, manajemen perusahaan perlu: 1) Memastikan lokasi mudah dijangkau; 2) Menempatkan usaha di lokasi strategis yang terlihat jelas; 3) Menyediakan area parkir yang nyaman; 4) Membuka cabang di lokasi potensial; 5) Menjaga lingkungan tetap aman, bersih, dan nyaman.

Apabila akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, dan lingkungan dioptimalkan, dampaknya adalah: 1) Kesesuaian Harapan: Pelanggan merasa puas karena lokasi nyaman dan mudah dijangkau; 2) Minat Berkunjung Kembali: Lokasi strategis dan fasilitas memadai mendorong pelanggan untuk kembali berbelanja; 3) Ketersediaan Merekomendasikan: Pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan kepada orang lain karena kemudahan akses dan kenyamanan yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Mulyana & Ali (2024), yang menyatakan bahwa lokasi strategis dengan akses mudah, visibilitas tinggi, dan fasilitas memadai meningkatkan kenyamanan dan pengalaman berbelanja pelanggan.

Lokasi berperan signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Lokasi strategis meningkatkan daya tarik usaha dan memberikan pengalaman positif, sejalan dengan temuan (Agussalim & Ali, 2017), (Dharmawan & Megawati, 2024), serta (Nadia & Lubis, 2024). Strategi lokasi yang tepat menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan daya saing di pasar.

### 3. Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian, manajemen perusahaan perlu: 1) Menyediakan produk sesuai kebutuhan pelanggan; 2) Menawarkan merek terpercaya dengan kualitas tinggi; 3) Memastikan lokasi strategis dan nyaman; 4) Memberikan fleksibilitas jam operasional; 5) Mendukung pembelian besar dengan layanan seperti pengiriman.

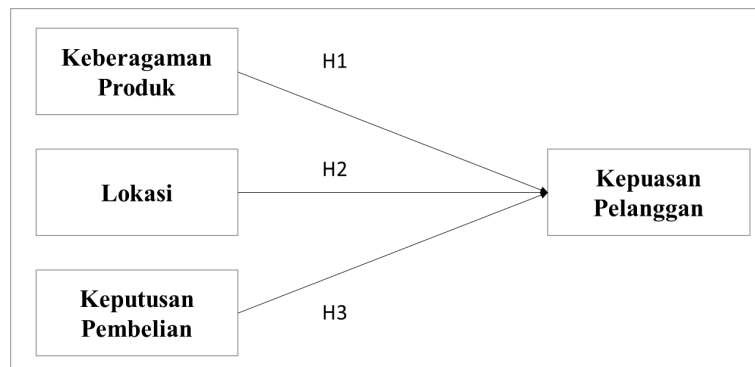
Apabila pilihan produk variatif, merek terpercaya, lokasi strategis, jam operasional fleksibel, dan layanan pembelian besar diterapkan, dampaknya adalah: 1) Kesesuaian Harapan: Pelanggan merasa puas karena kebutuhan terpenuhi; 2) Minat Berkunjung Kembali: Pengalaman memuaskan mendorong pelanggan untuk kembali; 3) Ketersediaan Rekomendasi: Pelanggan puas cenderung merekomendasikan, sehingga memperluas pangsa pasar melalui rekomendasi positif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Azhari & Ali (2024), yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh keberagaman produk, pilihan merek, dan lokasi strategis. Akses mudah, visibilitas tinggi, dan fasilitas pendukung seperti parkir nyaman juga berkontribusi pada pengalaman belanja yang positif dan kepuasan pelanggan.

Keputusan pembelian berperan signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Didukung oleh lokasi strategis dan produk bervariasi, keputusan ini menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan. Hal ini sejalan dengan temuan (Ali, 2019), (Ali & Toto, 2019), dan (Aprelyani et al., 2024). Perusahaan perlu terus mengoptimalkan faktor ini untuk mempertahankan loyalitas dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### Conceptual Framework

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka di perolah kerangka berfikir artikel ini seperti di bawah ini.



*Figure 1: Conceptual Framework*

Berdasarkan gambar conceptual framework di atas, maka: Keberagaman Produk, Lokasi, dan Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain dari tiga variabel exogen yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, masih banyak variabel lain yang mempengaruhinya diantaranya adalah:

1. Citra Merek: (Agussalim & Ali, 2017), (Ali & Novansa, 2017), (Ali & Toto, 2019), (Ali et al., 2022), (Ali et al., 2024).
2. Kualitas Produk: (Prihartono & Ali, 2020), (Maisah & Ali, 2020), (Ali, 2019), (Ali, 2020), (Fauzi & Ali, 2021).
3. Harga: (Ali et al., 2018), (Ikhsani & Ali, 2017), (Anggita & Ali, 2017), (Doan & Ali, 2021), (Fauzi & Ali, 2021).
4. Kualitas Layanan: (Saputra, 2022), (Layanah & Ali, 2023), (Ibrahim & Ali, 2024), (Azhari & Ali, 2024), (Pratama & Ali, 2024).
5. Promosi: (Fahlevi et al., 2024), (Saputra & Mahaputra, 2022), (Tonda et al., 2024), (Permatasari et al., 2022), (Br Marbun et al., 2022).



## KESIMPULAN

Berdasarkan teori, artikel yang relevan dan pembahasan maka dapat di rumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya:

1. Keberagaman Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
2. Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
3. Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

## REFERENSI

- Adam, A., Hendayana, Y., & Sulistyowati, A. (2024). Dampak Kualitas Produk dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Thrifting melalui Kepuasan Pelanggan Pada Toko Comporbed Bekasi. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(7).
- Adhitya, D., Karnadi, & Anshory, M. I. (2024). Pengaruh Program Diskon, Suasana Toko, dan Periklanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Kafe Titik Kumpul Reborn Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 3(9), 1683–1696.
- Agussalim, & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317–335.
- Ali, H. (2019). Purchase Decision and Repurchase Models: Product Quality and Process Analysis (Case Study of House Ownership Credit Financing in Permata Sharia Bank Jakarta). *Scholars Bulletin*, 05(09), 526–535. <https://doi.org/10.36348/sb.2019.v05i09.006>
- Ali, H. (2020). Purchase Decision and Repurchase Models: Product Quality and Process Analysis (Case Study of House Ownership Credit Financing in Permata Sharia Bank Jakarta). *Scholars Bulletin*, 5(9), 526-535.
- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). *Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*. Deepublish.
- Ali, H., Narulita, E., & Nurmahdi, A. (2018). The Influence of Service Quality , Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital. *Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS)*, 3(1), 88–97.
- Ali, H., & Novansa, H. (2017). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*.
- Ali, H., Rivai Zainal, V., & Rafqi Ilhamalimy, R. (2022). Determination Of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141–153. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i1.1100>
- Ali, H., Saputra, F., & Octavia, A. (2024). Determinasi Kepuasan Author dan Citra Merek: Analisis Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk pada Jurnal Ilmu Multidisiplin Greenation Publisher. *(JGSP) Jurnal Greenation Sosial dan Politik*, 2(2), 51–63.
- Ali, H., & Toto, H. (2019). *The Influence of Brand Knowledge and Brand Relationship On Purchase Decision Through Brand Attachment*. In *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)*.
- Andriani, F., & Nalurita, S. (2021). Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266–278.
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*.

- Anjaya, F. A., Yulasm, & Sopali, M. F. (2024). Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Usaha Jaya Perabot di Bukittinggi. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(2), 231–242. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i2.1405>
- Annisa, K. S., Yulasm, & Sopali, M. F. (2024). Pengaruh Content Marketing dan endorsment terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen UPI YPTK Padang Angkatan 2020). *JURMA: Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 399–417.
- Anom, S., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Sistem Informasi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(3), 138–148.
- Aprelyani, S., Ali, H., & hadita. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 163–173.
- Arnold, H. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap Melalui Kepuasan Pelanggan di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 6(1), 354–367.
- Avianty, V., & Waloejo, H. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 1–6.
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(2), 72–81.
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76–85.
- Dharmawan, V. F., & Megawati, M. (2024). Analisis Pengaruh Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pelita Mas Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 5(2), 203–208. <https://doi.org/10.35957/prmm.v5i2.7496>
- Diantika, R., Saputra, B. M., & Ambarwati, D. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Ketersediaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Hikmah Mart Jajar Wates Serdang. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 1(2), 175–188.
- Doan, A. N. G., & Ali, H. (2021). Doan, A. N. G., & Ali, H. (2021). Repurchase Model Through Purchase Decision: Analysis of Product and Price Effect on Dulux Paint Consumers in DKI Jakarta and Tangerang Area. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 2(1), 92-108.
- Fahlevi, R. A., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Promosi Sebagai Variabel Intervening di Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management(IJESM)*, 2(3), 2727–2735.
- Fauzi, D. H. F., & Ali, H. (2021). Determination Of Purchase And Repurchase Decisions: Product Quality And Price Analysis (Case Study On Samsung Smartphone Consumers In The City Of Jakarta). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(5), 794–810. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i5.965>
- Fauziah, Y., Sumantyo, F. D. S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(1).

- Fitrianingsih, Damanik, A. Z., & Zuliany, R. (2022). Pengaruh Servicescape dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada 212 Mart Tebing Tinggi. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1), 478–485. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.592>
- hafidzi, M. K., Rizqi, F., & Jumani, A. (2022). Literature Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Mutidisiplin*, 1(1), 203–214. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>
- Hardiansyah. (2024). Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffeeshop Melalui Keputusan Pembelian pada Mahasiswa di Kota Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(1), 177–192.
- Hermansyah, N. S., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Harga dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen Bloods Clothing Industries Concept Store Karawang. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 463–476. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.852>
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita. (2022). Model Citra Merek melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346.
- Hernikasari, I. & Hapzi Ali. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1), 437–450. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>
- Ibrahim, A. M., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Keputusan Pembelian. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 2(3), 176–182.
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro Di Giant Mall Permata Tangerang). *Jurnal SWOT*, 7(3), 523–541.
- Irawan, C. R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Lokasi Bisnis, Kinerja Karyawan dan Lingkungan Kerja terhadap Strategi Bisnis Di Perkotaan. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 2(2), 59–69.
- Khadir, M. A., & Ali, H. (2024). Pengaruh Lokasi, Karakteristik Pemimpin, dan Faktor Situasional Terhadap Strategi Bisnis Startup. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 2(2), 56–69.
- Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 348–358.
- Layanah, N., & Ali, H. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Marketing Information System: Harga Produk, Kualitas Layanan, Promosi. *NusantaraJournal of Multidisciplinary Science*, 1(4), 685–693.
- Maisah, & Ali, H. (2020). *Entrepreneurship culture development process: Implementation of Islamic education values in the Batik Jambi (case study in Seberang Jambi community)*. Talent Development and Excellence.
- Mercelina, S., & Renwarin, J. M. (2022). Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Seblak Pedas Neng Ochie). *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, 8(4), 3475–3491.
- Mulyana, A. P., & Ali, H. (2024). Pengaruh Faktor Lokasi, Keunikan Produk, dan Pengetahuan Karyawan Terhadap Kekuatan Strategis Perusahaan Dalam Manajemen Strategis. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 2(2), 59–69.
- Musyafa, M. A., & Ali, H. (2024). Pengaruh Lokasi pabrik, kualitas pemasaran, dan strategi bersaing terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Siber Transportasi dan Logistik*, 2(1), 20–29.



- Nadia, & Lubis, N. W. (2024). Pengaruh Daya Tanggap dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffee Shop Dazed. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(4).
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469–478.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Shope. *Jurnal Ilmu Mutidisiplin*, 1(2), 537–553.
- Pratama, D. R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Siber Transportasi dan Logistik*, 2(1), 1–10.
- Pratiwi, N. R., Pradiani, T., & Alamsyah, A. R. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 18–27. <https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.906>
- Prihartono, & Ali, H. (2020). *The promises ethics and marketing concept strategy as a competitive advantage on private higher education (A survey on perception of product attributes and promotion mix in Indonesia)*. Talent Development and Excellence.
- Putri, T. C., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(2), 56–65.
- Rahman, E. A., Wahyuni, I., & Praja, Y. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Keragaman Produk Dan Lokasi Dalam Membentuk Minat Beli Ulang Pada Toko Andin Cemilan Situbondo Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(10), 2025. <https://doi.org/10.36841/jme.v3i10.5292>
- Rohman, A. K. F., & Marlana, N. (2021). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(2), 1251–1257.
- Saputra, F. (2022). Analysis of Total Debt , Revenue and Net Profit on Stock Prices of Foods And Beverages Companies on the Indonesia Stock Exchange ( IDX ) Period 2018-2021. *Journal of Accounting and Finance Management*, 3(1), 10-20.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022). Effect Of Job Satisfaction, Employee Loyalty And Employee Commitment On Leadership Style (Human Resource Literature Study). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 762–772. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i4.1324>
- Sari, D. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Sasono, E., Sopi, & Pratama, S. B. I. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Gemblong “Mbah Moel” di Kota Salatiga. *Jurnal STIE SEmarang*, 16(3), 55–69.
- Sihombing, R. E., Nugroho, S. D., & Toha, E. (2023). Citra Merek, Lokasi, dan Persepsi Harga Meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *Cakrawala –Repositori IMWI*, 6(4).

- Sinaga. (2024). Pengaruh Keragaman, Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Science and Social Research*, 7(4), 1656–1663.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(1), 64–71.
- Syeha Rahmawati, N., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Lazada di Wilayah Kota Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Terapan*, 1(1), 40–53. <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v1i1.82>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 67–86.
- Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 181–194.
- Widianti, D. A. D. P. (2024). Pengaruh Citra Merek, Keragaman Produk, dan Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Kartika Kebaya Bedugul. *Jurnal Bakti Saraswati*, 13(1), 75–86.
- Wijoyo, A., Mega, S. W., & Ambarwati, D. (2023). Pengaruh Keberagaman Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Kedai Sneakers Kediri. *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(9), 1–11.
- Wiryaningtyas, D. P., Karnadi, & Umami, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Sinar Harapan di Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 52–67.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>