

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran* (1 ed.). Bandung: Pustaka Setia.
- Agus, H. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Semarang: Erlangga.
- Arbiantoro, T. (2018). Analisis Pengaruh Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan. *Thesis*.
- Augusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- BPOM. (2006). *Guidelines On Good Manufacturing (CPOB)*. 1-263.
- Budiman, A., Januar, Nugroho, A., Utami, H. D., Fakultas, M., Universitas, P., & Malang, B. (2014). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Madu Di Kota Blitar Consumer Preference Analysis Towards Purchasing Decisions of Honey Bee in Blitar City*. 1-10.
- C., A. M. (2013). Pengaruh kepuasan, Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian obat di Apotek. *Thesis*.
- Darma, S., Siregar, S., & Rokan, M. K. (2017). Analisis Persepsi Muzaki Terhadap Preferensi dan Keputusan Memilih Lembaga Amil Zakat (Studi Kasus di Kota Medan dan Sekitarnya). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1-24.
- Dewi, W. S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus pada Susu Bebelac di Giant Hypermarket Karangayu Semarang). *Jurnal Of Management*, 2.
- Edwar, D. C. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian ulang pada Apotek di Sidoarjo. *Pendidikan Tata Niaga*, 1.
- Emeralda, Wulandari, J., & Adistya, D. (2020). Analisis E-Trust ,

- E-Wom, Dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online. *Perspektif Bisnis*, 3(2).
- Ghassani, M. T., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Science Tahun*, 1–8.
- Henry Simamora. (2013). *Paduan Perilaku Konsumen*. Gramedia.
- Jurnaiti, Lubis, A. R., & Hafasnudin. (2017). Pengaruh Consumer Involvement, Kredibilitas Sumber Informasi dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Obat Pada Apotek di Banda Aceh. *Health Marketing Quarterly*, 08(3), 135–157.
- Kabaressy, M. S. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN, DAN, CITRA MEREK (BRAND IMAGE). *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC*, Hal. 1-7.
- Kabaressy, M., & DW, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, Dan, Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Penggunaan Tolak Angin (Studi Kasus Pada Pengguna Tolak Angin Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 6(4), 327–333.
- Kelller, P. K. dan K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (9th ed.). Erlangga.
- Kemenkes RI. (2016). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 30 Tahun 2014 Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian Di Puskesmas. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia. (2020). Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MenKes/413/2020 Tentang Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). *MenKes/413/2020*, 2019, 207.
- Keputusan, T., Ulang, P., Di, O., & Farma, K. (n.d.). *Pengaruh.kepuasan, kualitas produk, dan preferensi terhadap keputusan pembelian ulang obat di apotek kimia farma*. 1-12.
- Kotler, P. a. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (B. Sabran, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Kuastianti, D. D. N. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kartu Seluler Telkomsel. *Psikoborneo, Vol 7, No.(1)*, 10.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (4 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C, dan J. W. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Erlangga.
- Lubis, J. J. (2017). PENGARUH CONSUMER INVOLVEMENT, KREDIBILITAS SUMBER INFORMASI DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG (STUDI PADA KONSUMEN OBAT PADA APOTEK DI KOTA BANDA ACEH). *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan*, 8.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prastiwi, S. A., Ekonomi, F., & Negeri, U. (n.d.). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Pasta Gigi Close Up*. 2.
- Pratiwi, P., Muhtadi, A., & Surahman, E. (2016). Influence Service Quality and Customer Satisfaction towards Drug Purchase Intention in Anggrek Outpatient Pharmacy Depo at Hasan Sadikin Hospital. *Indonesian Journal of Clinical Pharmacy*, 5(1),

47-55.

- Puspasari, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1737-1748.
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1-12.
- Retnani, A. P., & Srihandayani, C. M. (2021). Pengaruh Word Of Mouth, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Rumah Makan Ayam Bawang Cak Per Sidoarjo. *Journal of Sustainability ...*, 2(1), 577-586.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sagita, F. E., Ekonomi, F., Negeri, U., & Padang, U. N. (2012). Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian ulang produk kentucky fried chicken (kfc) di cabang basko grand mall oleh mahasiswa universitas negeri padang. *Universitas Negeri Padang*, 1-8.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748.
- Suharsini, A. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Revisi ed.). Jakarta: Rineka Cipta.
- Sunyoto, D. (2013). *Metode Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran ( Konsep, Strategi dan Kasus )* (1 ed.). Yogyakarta: CAPS ( Center for Academic Publishing Service ).

- (2014). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (1 ed.). Jakarta: Buku Seru.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 04(1).
- (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 04(1).
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2016). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45.
- Wasis. (2014). *Populasi dan Sampel dalam Penelitian Kualitatif*. Erlangga.
- Wibowo, S. (2009). *Perusahaan Industry Farmasi*. Jakarta.
- Zulfadly, E. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Yakult di Kota Padang*.