

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, F., & Sutopo, S. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan dan Persepsi Harga Terhadap Citra Restoran Dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 53-63.
- Aditi, Bunga. 2018. "Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Umkm Di Kota Medan." *Roundtable for Indonesian Entrepreneurship Educators Ke-5*: 14-24.
- Aditya, W. L. (2019). *Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Cucu*. 4.
- Ariska, N. I.(2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Konsumen Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung). *Eproceedings of Management*, 4(3).
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *International Journal*.
- Baum, F. (2012). *Kendali Mutu Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Budiyanto S.(2018). Pengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan Brand image terhadap tingkat kepuasan Konsumen di pt. Yerry primatama hosindo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 1 No.3 f.
- Depertemen Akademik dan Data Universitas PGRI Adi Buana Surabaya (2023)
- Ernawati, Diah. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung." *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)* 7(1): 17.
- Ferdinand, A. T. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Konsumen Buket Koffee and Jazz) (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Francis, T., & Thamrin A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Raja

*Grafindo Persda: Yogyakarta.*

- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi analisis multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, R.(2015) . Pengaruh Citra Merek Dan Kualitasproduk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie dan Mie Sedap). *JRMSI –Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457 – 478.
- Handayani Usman, T. R. I. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Melalui Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Speedy Di Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Handoko, T.H., & Swasta, B. (2019). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Bpfe, 8.
- Hartono J.M. (Ed.). (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Penerbit Andi.
- Hassan.(2013). E-lifestyle, customer satisfaction, and loyalty among the generation Y mobile users. *Asian Social Science*, 11(4), 157.
- Hendrianto, Diah Natalisa, and Dian Eka. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Broadband Di Kota Palembang.” *Jurnal Keuangan dan Bisnis* 16(1): 43–63
- Hicks, J.M., 2017. Delighted Consumers Buy Again, *Journal of Consumer Satisfacton, Disastifaction and Complaining Behaviour*,Vol.18, pp.94-104
- Hutama, F. R. S., (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Bni Syariah Kantor Cabang Semarang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8, 58-74.
- Ibrahim, Tawil (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* Vol.4, No.1
- Kotler dan Keller dalam (Cahyani & Sitohang, 2016). 2006. “Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen

- Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3(1): 211-24
- Kotler, P., & Amstrong (2012). Dasar - dasar Pemasaran. *Jilid 2. Erlangga*
- Kotler, P., & Amstrong (2016). Pemasaran. *Jakarta. Erlangga*
- Kotler, Philip, & Keller, K.L. (2012). *Marketing Manajement* Fourteenth Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K.L. ( 2017). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25-32.
- Made (2018). pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas Pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud Vol. 7, No. 11*
- Maramis, F. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Mendur, Miranda E M, Hendra N Tawas, and Fitty Valdy Arie. 2021. “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder.” *Jurnal Emba* 9(3): 1077-86
- Musniani, dkk (2021). Impack of Variety Seeking, dan Elekronic Word Of Mounth of Cosmetic Switching Brand Switching di Industri Kosmetik Indonesia. *Ekonomi :Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 3(1), 23 -32.
- Murti, W. W. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 8(2).
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan

- Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230.
- Nurhayati dan Wahyu Wijaya Murti. 2012. "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat terhadap Produk Handphone". *Jurnal Value added*, Vol8, No2, hal 47-62
- Oetomo, R. A., & Nugraheni, R. (2012). Analisis pengaruh keragaman menu, persepsi harga dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen (studi pada restoran waroeng taman singosari semarang) (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Rachman, R. (2018). Penerapan metode moving average dan exponential smoothing pada peramalan produksi industri garment. *Jurnal Informatika*, 5(2), 211-220.
- Silaen, M. U.. (2018, September). Pengaruh Model Pembelajaran Kooperati Tipe Ioc (Inside Outside Circle) Terhadap Hasil Belajar Lagu Nusantara Siswa Kelas Viii Smp Negeri 4 Lubuk Pakam. In *Seminar Nasional Royal (SENAR)* (Vol. 1, No. 1, pp. 557-560).
- Silalahi, U., & Atif, N. F. (2015). Metode penelitian sosial kuantitatif.
- Silvia, and Francy Iriani. 2018. "Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah." *Sebatik* 22(2): 56-63.
- Situmorang. (2014) Metode Penelitian. Cetakan V Pustaka Pelajar:Yogyakarta
- Subagyo P., Ddjarwanto. P. (2011). Statistika Induktif.
- Peburiyanti, Desi, and Sabran Sabran. 2022. "Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan

- Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggaraong." *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia* 20(1): 29-39
- Regina M. (2019). Data terbaru bisnis ayam geprek di Indonesia.
- Rifki. L. (2016). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nilai Simpanan Berjangka di BMT Al-Ijtihad Pabelan Dari Tahun 2012 Hingga Tahun 2014* (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).
- Suarjana, I. K., & Suprapti, N. W. S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek Indihome. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(4), 251833.
- Sugiyono.(2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R &D*. Bandung.Alfabeta,CV.
- Sulistiyari.(2018). Analisis pengaruh Citra Merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli produk oriflamme (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang1),1, 1-17.
- Sulistiyorini, U. T. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi Pada PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA). *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah: Journal Science of Economic and Shariah Banking*, 8(1), 62-72.
- Sulistiyorini & Rahardjo, S. T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Kesesuaian Harga, Citra Merek Dan Kesadaran Merek Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Strada Coffee Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 69-79.

- Sumarwan, U. (2016). Kebijakan Harga dan Kebijakan Distribusi dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Urea. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(2), 193-200.
- Sutopo, Adiputra (2016). "Analisis Pengaruh Kepuasan Dan Persepsi Harga Terhadap Citra Restoran Dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang." *Diponegoro Journal of Management* 5: 1-11
- Tjiptono.F.(2012) Pemasaran Strategik. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono. F.(2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Bandung. Alfabeta
- Yusniawati (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1),