

DAFTAR PUSTAKA

- Algustin, W., & Matoati, R. (2020). "Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk Emina Pada Generasi Z". *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 27(1),1–12.
- Anggraeni, D. P., & Kumadji, S. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan" (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1),171-177.
- Anuraga, Y. M. (2010). Strategi penetapan harga dalam upaya meningkatkan penjualan pada perusahaan sepatu bakti Surakarta.
- Budiastari, S. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim Di Jakarta".*Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 1 (1). pp. 87–106.
- Chulaifi, M. I. (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umroh Dan Haji Pada PT. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya Periode 2017-2018". *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(1).
- Carita, L., Johanna, M., Jussi, P., & Martti, V. (2006). "Effects of group size and pine defence chemicals on Diprionid sawfly survival against ant predation". *Oecologia*, 150(3), 519-526.
- Diana, I. N. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus pada Viola Ldies Boutique di Yogyakarta". *Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Fatmawati, N., dan Soliha, E. 2017. "Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda." *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*. Vol 10 (1). pp. 1-20.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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).

- Ghozali, I. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*”, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. ”*Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*”. Semarang: BPF Universitas Diponegoro.
- Gunawan, L. (2016). “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening* di Toko Bintang Terang”. *Agora*, 4(1), 424-434.
- Ira, W. (2015). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Poci Sweat”. *Jurnal Ilmu Ekonomi Pembangunan*, 6(1), 57-68.
- Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Penerbit: Liberty Yogyakarta.
- Kotler, Philip. and Kevin Lane Keller. (2006). *Marketing Management*. 12th ed. Upper Saddle River. New Jersey: Pearson Education Inc..
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: The millennium edition* (Vol. 199). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. Armstrong. (2004). *Marketing an Introduction*.
- Kristanti, Tina., & Rivai, Alimuddin Rizzal. (2018). “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas layanan Terhadap Kepuasan pelanggan Paa Warunk Upnormal Semarang”. *Telaah Manajemen*. Vol. 15. Edisi 2, 128—136. ISSN: 1693-9727.
- Lelet, F. H. (2014). “Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc”.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktek*.
- Machfudhah, N. A. (2020). “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Ulang Secara Online Pada Kalangan Milenial Melalui Mediasi Customer Satisfaction”. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1–12.
- Mullins Jhon, W., Orville, C., Larreche, J. C., & Boyd, H. W. W. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Meithiana, Indrasari. (2019). “Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan”.
- Mulyani, Zahara, Z., & Santi, I. N. (2016). “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap

Minat Beli Ulang Lipstik Merek Wardah Pada Mahasiswa Universitas Tadulako Palu”. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 1(3), 279–286.

- Nurbiyati, T., & Machfoedz, M. (2005). *Manajemen Pemasaran Kontemporer*.
- Noviandra, W., & Irmawati, I. (2018). “Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kepuasan Pelanggan dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Lapak Belanja Online (Studi Kasus Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)”.
- Ningrum, M. P., Iskandar, M. R., & Bayuni, E. M. (2017). “Analisis Perbandingan Faktor-Faktor Penentuan Harga Bahan Pokok di Desa dan Kota Menurut Ibnu Khaldun dengan Penentuan Harga di Indonesia”.
- Nirsal, N., Syafriadi, S., & Hartono, N. (2015). “Pengembangan Model Pembelajaran ICT Berbasis E-Learning Untuk Meningkatkan Kompetensi Dosen Di Universitas Cokroaminoto Palopo”. *d'ComPutarE: Jurnal Ilmiah Information Technology*, 4(2), 54-69.
- Oktavianti, S. (2018). “Analisis Tingkat Kualitas Produk dan Tingkat Pelayanan. Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya)”. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 84–104.
- Poerwadi, Y. (2007). “Analisis anteseden loyalitas konsumen GSM prabayar di Surakarta (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Sebelas Maret”.
- Rangkuti, Freddy. 2009. “*Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*”. Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama.
- Rachmawati, W. A. (2020). “Analisis Pengaruh Service Quality, Word of Mouth Comunnication dan Variety Seeking Terhadap Intention to Switch Pada Naabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang Dengan Dissatisfaction Sebagai Variabel Mediasi (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA)”.
- Rahmatulloh, M. Z. A. (2014). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Yang Dirasa, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Persewaan Alat Pesta “SUYONO” Di Surabaya (Doctoral

dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA)”.

- Riyanto, S. (2018). “Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Centro Galaxy Mall Surabaya (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945)”.
- Rizky, M. A., Arifin, R., dan Hufron, M. 2018. “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Indomilk (Studi Pada Konsumen Susu Indomilk Di Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan)”. *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*. Vol. 08. (11). pp. 40–55.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). “Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market”. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Santosa, MS.Eric. (2015). “The Power of Product Leadership in Generating Customer’s Intention to Buy: the Case of Dagadu”. *Journal of Indonesian Economy and Business*. Vol. 30. (2). pp. 159-172.
- Santosa, MS. Eric. 2021. *Berbagai Definisi Konsep dan Definisi Operasional Variabel*. Semarang: Unisbank
- 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.
- Shafira,F.C.Ratri, & Anas Hidayat. 2020. “Anteseden Kepuasan Pelanggan Terhadap niat Beli Ulang”. *E-Jurnal Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta*. Vol. 21, No. 1, Juli 020. Hal 31-46. ISSN: 2541-6790.
- Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, 1997, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, hal 2 (RUMUS LEMESHOW).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Swasta Basu, D. H. (2005). *Azaz-Azaz Marketing*, Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Pemsaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Wibowo, G., Rahadhini, M. D., & Sunarso. (2017). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Niat Beli Ulang”. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17(1), 1–9.
- Wilson,N., Keni, k., & Tan, P.H.P. 2019. “The effect of website design quality and service quality on repurchase intention in the e-commerce industry: A cross continental analysis”. *Gadjah Mada International Journal of Bussines*, 21(2), 187.
- Wicaksono, A. C., & Nurseto, S. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Harga terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Smartphone Xiaomi di Kota Semarang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 1–9.