

DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, S., & Riyadi, A. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah*. 02(2), 16–33.
- Alamsyah, M. R. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Promosi , dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Alfa, A. A. G. (2017). *ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEPUTUSAN KONSUMEN DENGAN STRUCTURAL EQUATION MODELING PARTIAL LEAST SQUARE*. 21–37.
- 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*. <https://doi.org/10.21276/sb>
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, D. Y. (n.d.). *Pembelian Ulang Pada Evaluasi Pembeli Starbucks*. 1–19.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah*, 1(0118047804), 1–50.
- Astuti1, R., Abdullah2, I., & 1, 2Fakultas Ekonomi, U. M. S. U. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
<https://journals.synthesispublication.org/index.php/Ilman/article/view/11/9>
- Bairizki, A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Ud Ratna Cake & Cookies). *Jurnal Valid*, 14(2), 71–86.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15.
<https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). *MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE : KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1), 211–224.

- Delis Prinia, Muhammad Rizki Ibnu, N. D. R. (n.d.). *Literature Review Word Of Mouth dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan*.
- Desi Sari, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 177–186. <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/jmb/article/view/4228/2432>
- Effendi, Z., & Chandra, R. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Travel Umroh Dan Haji Plus PT . Inyong Travel Barokah*. 1–25.
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 2895. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p01>
- Failatul, Rachma, N., Hufron, M., & Manajemen, P. (2019). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Warung Siji House and Resto Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 140–153.
- Fiona, D. R. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37.
- Ghozali & Latan. (2015). *aplikasi metode SEM-PLS*.
- Ghozali, I. dan H. . (2017). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart Pls 3.0* (Bp Undip (ed.); 5th ed.).
- Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Second, pp. 1–390). SAGE.
- Hasanuddin, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen UNSRAT*, 4(1), 128464.
- Ilhamalimy, R. R., & Mahaputra, M. R. (2021). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 1(1), 85–97.
- Khatam, A. M. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap minat beli ulang konsumen pada pt.citra wahana madani*.

- Kotler & Amstrong. (2012). *Dasar-dasar pemasaran* (Jilid 1). Prenhalindo.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12,).
- 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*.
- Maramis, I. S. M., Mananeke, L., & Loindong, S. S. R. (2022). *Jurnal EMBA Vol . 10 No . 1 Januari 2022 , Hal . 39 - 48. 10(1), 39–48.*
- Muchamad Rahman Ramadhan. (n.d.). *pengaruh Promosi Penjualan Melalui Iklan Burge King Kupon Juni di instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.*
- Murwanti, S., & Surakarta, U. M. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG JASA SERVICE MOTOR MEDIASI (Studi Pada Bengkel Motor Ahass Cabang UMS). 2007, 207–227.*
- Natasya, S. (2020). *Peran brand image memediasi pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang (repurchase intention) di kfc setiabudi-srondol kota semarang.*
- Nguyen, P. T., Ali, H., & Hudaya, A. (2019). *MODEL BUYING DECISION AND REPEAT PURCHASE: PRODUCT QUALITY Departemen of Project Management , Ho Chi Minh City Open University , Vietnam , Senior Lecturer , Universitas Mercu Buana (UMB), Jakarta Indonesia Lecturer , Universitas Mercu Buana (UMB), Ja. 1(1), 102–113. <https://doi.org/10.31933/DIJMS>*
- Nyarmiati, S. R. T. A. (2021). *11TJ. ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati). 10, 1–14.*
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., Sartika, V., Ekonomi, F., & Prima, U. (2019). *Jurnal manajemen. 5, 45–52.*
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). *ANALISIS PENGARUH HARGA , PROMOSI , LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEA ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE , PROMOTION , LOCATION AND SERVICES QUALITY ON PURCHASE DECISIONS IN PT . INDOMARET MANADO UNIT JALAN SEA. 6(4), 3068–3077.*
- Raja Ainaya Alfatiha dan Agung Budiatmo. (2020). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. Jurnal*

- Rasyidi, M. N. (2019). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, Edisi Januari- Juni 2019 *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan “ Andina ” Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provi.* 8(1).
- Rinaldi, A., & Santoso, S. B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Traveloka di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1–14. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/20901>
- Safitri, D. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Jurnal Ekonomi & Manajemen UIN Surabaya*, 53(9), 1689–1699.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Sari, R. M. (2020). kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian pada makanan cepat saji. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 5(2004), 6–25.
- Sarstedt, Christian Homburg, Martin Klarmann, A. V. (n.d.). *hanbook of Market Research* (A. V. Christian Homburg, Martin Klarmann (ed.)). Springer Cham.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. ... *Pendidikan Dan Ilmu* ..., 3(1), 301–313. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/865>
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&d*.
- sujarweni. (2018). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi pendeketan kuantitatif*.
- Sulistiorini, M. S., & Ali, H. (2017). Customer satisfaction model: Product analysis, price, promotion and distribution (case study at PT Integrasia Utama). *International Journal of Applied Business and Economic Research*.
- Sunardi, P. N., Sari, P. R., Cahyani, R., Sarjana, M., Studi, P., Bhayangkara, U., Raya, J., Sarjana, M., Studi, P., Bhayangkara, U., Raya, J., Sarjana, M., Studi, P., Bhayangkara, U., Raya, J., Beli, M., & Pembelian, K. (2022).

DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: 3(3), 302–315.

Suryana, P., & Dasuki, E. S. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang. *Trikonomika*, 12(2), 190. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v12i2.479>

Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. *Jurnal Manajemen Unpad*, 4(4), 1–20.

Tasya Rizky dan, & Prabawani, B. (n.d.). *MINI SETIABUDI SEMARANG MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Pengunjung Trans Studio Mini Setiabudi Semarang di Kota Semarang dan Sekitarnya) PENDAHULUAN* Kebutuhan dasar manusia adalah unsur-unsur yang di butuhkan m. 1–13.

Tegowati. (2019). Minat beli ulang Handphone evercross dipusat perbelanjaan handphone WTC Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Tjiptono, F & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik 2nd*. Andi.

Tjiptono, F. & D. (2016). *Pemasaran, Esesi dan aplikasi* (A. Offset (ed.)).

Welsa, H., & Khoironi, M. (2019). Pengaruh Kualiatas Layanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal EBBANK*, 10(1), 1–16.

Yuwan Soelistio. (2016). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas pelayanan Terhadap minat pembelian ulang.*