

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena ia merupakan sumber informasi. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Anggolo, S. P., & Fachrodji, A. (2024). The Influence of Price Perception, Promotion, Product Perception and Brand Image on Repurchase Intention of Krisbow Products through Customer Satisfaction as a Mediation Variable. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 9(1), 1886–1897.
- Aprialita, T. S., & Rufial, R. (2024). Pengaruh Harga Produk, Ulasan Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Body Lotion Scarlett Whitening Di E-Commerce Sociolla. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 33–44. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3278>
- Bara Ismiaji, S. A. (2024). *Mutiara*. 2(1), 148–165.
- Evi, T., & Rachbini, W. (2022). *Partial Least Squares (Teori Dan Praktek)*. 1–23.
- Febriyanti, A., & Setyawan, A. A. (2024). Pengukuran Kepuasan dan Kualitas Pelayanan terhadap Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 47–55. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.799>
- Filbert, M. I. P. (2024). *The effect of product quality, price, and service on consumer satisfaction of shopee application users in medan city*. 07.
- Fransiska Ekobelawati, Z. (2024). *Jurnal Ekonomi STIEP (JES) Peran Kepemimpinan Transformasional Dalam Meningkatkan Inovasi*. 9(1).
- Ganung Pradita, I. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap niat pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pelanggan produk converse*. 8(1), 184–205.
- Hair, et al. (2010). *Multivariate data analysis . Uppersaddle River.*" (2010).
- Hakim Muthi, L., & Andyan Pradipta Utama. (2023). The Effect of Price, Brand Image and Promotion on Easy Shopping Customer Repurchase Intention Mediated By Customer Satisfaction. *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(4), 613–626. <https://doi.org/10.31933/dijms.v4i4.1668>
- Irsyandi, A., & Fatimah, F. (2024). *PRODUK (Studi Kasus pada Larissa Skincare Jember)*. 5(2), 633–650. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i2.7935>

- Lay. (2019). BAB II KAJIAN TEORITIS 2.1 Kualitas Produk 2.2.1 Pengertian Produk. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 1(1), 5–30.
- Liennt Kelvin , Pradiani Theresia, H. Y. (2024). *Analysis of the influence of product quality and service quality on customer repurchase decisions for dummy cake (case study transacting on tokopedia) terhadap keputusan pembelian ulang pelanggan produk dummy cake melalui kepuasan pada united foam (stu. 7*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9047>
- Maharani, K. P. (2023). *Pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sayuran di rumah sayur*.
- Mohd Kamil, M. A., & Mohd Shapri, N. I. (2020). Pembangunan Dan Persepsi Kebolehgunaan Model F.O.O.D.S. Bagi Subtopik Sistem Pencernaan Manusia Dalam Kalangan Guru Pelatih UPSI. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Mustapa, A., Pharamita, P. D., & Haisolan, L. B. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga produk, dan keragaman produk sparepart toyota terhadap minat beli konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pelanggan pt. new ratna motor semarang). *Journal Of Management*, 4(4), 1–14. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1037>
- Mustofa, R. (2024). *Pengaruh Kenyamanan Transaksi dan Sales Promotion terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Fashion Shopee di Kebumen dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening*. 1–23.
- Nabiilah, I. A. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Sociolla (Studi Pada Pengguna E-Commerce Di Purwokerto). *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1–112.
- Nabila Zulfanisa Nim. (2022). Pengaruh social media marketing, brand awareness terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada roti"o semarang. In *Science* (Vol. 7, Issue 1).
- Nihayah, N., & Rosyidi, S. (2024). Peran Gaya Hidup, Keragaman Produk, Penetapan Harga, Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas YPPI Rembang). *Jesya*, 7(1), 329–335. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1458>
- Ningsih, M. G., Siagian, M., & Program, D. (n.d.). *Pengaruh keberagaman produk, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di batam center*. 1–10.

- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 12–31. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438>
- Putri, T. F., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Media Sosial Instagram, Dan Keragaman Produk Pada Electronic Word of Mounth Melalui Keputusan Pembelian. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(2), 62–76. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v3i2.117>
- Riska, C. F., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh ulasan konsumen, kualitas produk dan marketing influencer terhadap keputusan pembelian produk erigo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2722–2739. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.896>
- Rut Winasis, C. L., & Sabar, M. (2024). The Influence of Product Quality, Price Perception and Product Variety on Consumer Repurchase Intentions with Consumer Satisfaction as a Mediating Variable (Study pn Solid Surface Performnite Products). *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 07(01), 333–341. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v7-i01-41>
- Septiyani, D., & Sarah, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mountea (Studi pada Konsumen di Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 113–125. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i1.1635>
- Setiawan, Y., Nugroho, A. D., & Sanggarwati, D. A. (2024). Pengaruh Google Maps Sebagai Media Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Disablonin Sidoarjo *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*. 3(01), 48–59.
- Sinaga, A. T. V., & Bernarto, I. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja, Kesehatan Dan Keselamatan Kerja, Dan Job Stress Terhadap Work Productivity Pada Perawat Di Rumah Sakit Xyz Jakarta. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3), 872–887. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.36100>
- Sufyan Lutfi, J. I. (2023). Keberagaman Produk. *Lmu Manajemen Advantage*, 01, 13–54. <http://ejournal.itbwigalumajang.ac.id/index.php/adv/article/view/17/10>
- Syaraahiyya, A., & Rusadi, S.T., M. Eng., E. Y. (2023). Fenomena Thrift Shopping Di Kalangan Masyarakat Akibat Perubahan Gaya Hidup Hidup Modern (Studi Globalisasi Di Wilayah Jawa Timur). *Abdi Masyarakat*, 5(1), 2087. <https://doi.org/10.58258/abdi.v5i1.3564>

- Yuliarrani, N., Navanti, D., & Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Bank KB Bukopin MT Haryono Jakarta Nendy Yuliarrani Dovina Navanti Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(2), 152–166.
- Yuniartika, M. D. (2022). *Fenomena thrifting fashion dimasa pandemi covid-19 (Studi pada Mahasiswa Universitas Lampung)*. 19(8.5.2017).

