

DAFTAR PUSTAKA

- Adlaan.2012. Faikar Annafik, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha, Jurnal*, (universitas Diponogoro, Semarang, 2012) Hlm.25
- Ain, N.2015. *Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang*. Ekonomi Islam-Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Airlangga
- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan KasusKasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For)
- Ali.M.M.2021. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Arifin, dan Sunarti (2016). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian pada Perdana Indosat Ooredoo*. Jurnal, Universitas Brawijaya Malang
- Armstrong, G. et al. 2017 *Marketing An Introduction*. 6 ed. Person
- Ayu,O.A.2021. *The Effect Of Brand Equity On Repurchase: Conceptual Research*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.Vol 5 No.2.
- Beneke, J., Carter, S. (2015). *The development of a consumer value proposition of private label brands and the application thereof in a South African retail context*, Journal of Retailing and Consumer Services.
- Boyd, Walker dkk.2000.*Marketing Management a Strategic Approach With Global Orientation*.Erlangga.Jakarta.
- Choi, E. J., & Kim, S. 2013. *“The Study of the Impact of Perceived Quality and Value of Social Enterprises on Customer Satisfaction and Re-Purchase Intention.”* International Journal of Smart Home Vol. 7, No. 1, January, 2013.
- Chuang Huan.2019. *A Study On The Effect Of Brand Image On Perceived Value And Repurchase Intention In Ecotourism Industry*. 1 School of Economics and Management, Fuzhou University, Fujian, CHINA
- Darmo,I.S.2018. *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Purchase Intention Dengan E-Wom Dan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening*. Kalbis Institute. Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan.Vol 1, No.2. Hal 2-13.

- Djati, S Pantja; Darmawan, Didit (2004), *“Pengaruh Kesan Kualitas Layanan, Harga, dan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Minat Mereferensikan”* Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi, Vol.4 No.2, Agustus
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Fattahi.M.2018.*eWOM through social networking sites and impact on purchase intention and brand image in Iran*. Department of Business Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Haqiqi, Nur.2021. *Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Konsumen diperkebunan sayuran andritani farm Kabupaten cianjur*. Politeknik Piksi Ganesha.Bandung. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen Ekonomi dan Akuntansi). Vol. 5. No 3.
- Hidayah.2019. *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan*. Fakultas Ekonomi.Journal of Economic, Business and Engineering Vol. 1, No. 1
- Howat, G., Assaker, G. 2013. *The Hierarchical Effects of Perceived Quality on Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: Empirical Results From Public, Outdoor Aquatic Centres in Australia*. Sport Management Review, Elsevier Journal, 16(3): 268-284
- Humairoh.2018. *Pengaruh Harga, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu All Star Original (Studi Kasus Sport Station Cambridge Medan)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.SKRIPSI.Hal 34-59.
- Hume,Margee. 2008. *Developing a Conceptual Model for Repurchase Intentions in the Performing arts: The Roles of Emotion, Core Service and Service Delivery*. International Journal of Arts Management. Vol 10. No.2 p 40-45.
- Hung-Che Wu. (2013). *An Imperical Study of The Effect of Service Quality, Perceived Value, Corporate Image and Customer Satisfaction on Behavioral Intentions in The Taiwan Quick Service Restaurant Industry*. Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism, 14: 364-390.

- Ika, Nuruni.2020. *Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pond's Men*. Manajemen UPN Veteran Jawa Timur. Journal of Economic And Business Volume 1 Nomor 3.
- Indratama, Aditya Bagus dan Artanti, Yessy. 2014. *Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri*. Jurnal Ilmu Manajemen Vo. 2 No. 4.
- Iswanti.A.O.2022. *Customer Perceived Value Terhadap Purchase Intention*. Universitas Bunda Mulia, Jakarta. Hospitour: Journal of Hospitality & Tourism Innovation.Vol 6 No 1.
- Kawirian, Agung.2019.*Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tas Eiger Di Cikarang Utara*. Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Bangsa.Bekasi.
- Kenneth E and Donald Baack. (2018). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications*. United kingdom : Pearson
- Ketut, I.Y.2018. *The Role Of Brand Image Mediating The Effect Of Product Quality On Repurchase Intention*. Politeknik Negeri Bali.Vol 11 no.83.
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran 2*. (edisi12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, N. 2012. *Prinsip prinsip pemasaran*. edisi 12. jilid 1. terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Cicadas, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Volume 1 Bob Sabran Translation Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.

- Kotler:P and Keller.K.L.2016.*Marketing Manajemen (15th edition)*.United States of America:Pearson Education.
- Leliana, dan Suryandari. (2004). *Price Perception in Customer Shopping Behaviour*. Business and Management Journal, (Accredited Journal), 4 (2)
- Lisa, A. (2020). *Pengaruh Harga, Citra Merek (Brand Image), dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. FEBI UIN AR-RANIRY Banda Aceh
- Lucas, D.B, dan Britt, K. (2003).*Advertising Psychologi and research*. Newyork. Mc. Graw Hills.
- Marwanto Burhan.2022. *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli*. Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Volume 05, Nomor 02
- Muzzaki, Ahmad. 2013. Analisis pengaruh harga, pendapatan, lokasi, dan fasilitas terhadap permintaan rumah sederhana (Studi Kasus Perumahan Puri Dinar Mas Semarang)". Jurnal Offset Haryono, dkk. 2012. Capacity Building.Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Nisa.A.S,2018,*Analisis Pengaruh Harga Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulan*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Noor, Z.Z.2019.*Manajemen Pemasaran*.CV Budi Utama.Yogyakarta.
- Nurdin Sahidillah.2018. *Lifestyle, Perceived Value Dan Customer Value Terhadap Minat Beli.Ulang*. Universitas BSI. Vol. 10, No.2
- Nurfitriana, Silvia dan Frncy Iriani. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Pengaruhnya pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. Jurnal Sebatik. Vol 22 Nomor 2. ISSN 2621- 069x.
- Palma.M.A.2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*.Universitas Negeri Surabaya. JOURNAL of RESEARCH in ECONOMICS and MANAGEMENT (Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen) Volume 16, No. 1
- Pertiwi,Tri K. 2021. *Analysis of Product Knowledge and Shopping Experience on Intention to Buy an Oppo Smartphone at Shopee with Perceptions of Risk*.

- Departement of Master Management, Faculty of Economics and Business,
University of Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Vol.04 No 4
- Peter, J Paul dan Olson, J.C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.
Salemba Empat
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2002. *Perilaku konsumen dan strategi pemasarann*.
Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Prastyaningsih, Ayu Sari, Imam Suyadi & Edy Yulianto .(2014). Pengaruh Customer
Experience Terhadap Repurchase Intention (Niat Membeli Ulang) (Survei Pada
Konsumen KFC Di Lingkungan Warga RW 3 Desa Kandangrejo, 87 Kedungpring
Lamongan). *Jurnal Administrasi Bisnis* November, Vol. 16, No.1, p.1-8
- Pratama,R.P.2018.*Pengaruh Brand Image Terhadap Purchase Intentions Melalui
Perceived Value, Perceived Value Risk dan Perceived Quality Pada Produk
Tropicana Slim Noodle di Area Jabodetabek*. STIE Indonesia.
- Putri Laurensia.H.2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang
Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy*. Fakultas Manajemen Bisnis,
Universitas Ciputra, Surabaya. Volume 1, Nomor 2.
- Putri, Anin Dita Eko.2019. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan
Memperhatikan Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Pada Produk Kosmetik
Wardah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. *Jurnal SWOT*,
Volume IX No 1
- Riyono, & Budiharja. (2016). *Pengaruh Kualitas , Harga, Promosi dan Brand Image
Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal STIE Semarang*, Vol 8, NO. 2, Edisi Juni
2016
- Rosita, R. (2016). *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan,
Harga, Dan Kenyamanan Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada
Lotte Mart Bekasi Junction*. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*
- Runaika Nafisyah.2020. *Pengaruh Kepuasan Harga Terhadap Niat Pembelian Ulang
Dengan Variabel Customer Perceived Value Sebagai Pemediasi Pada Pengguna
Kartu Internet Telkomsel Di Banda Aceh*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Manajemen Inovasi*, Volume. 11, Issue 1. Hal 83-
96

- Saleh, M.Yusuf.2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*.CV Sah Media. Makassar
- Salfina Lili.2018. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky Dan Afdal Pariaman*. indonesianIndovisiInstitute(III).Jurnal Indovisi Vo 1
- Satria, Arief Adi.2017 *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*. Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra.Surabaya. Jurnal Manajemen dan Start-Up . Volume 2 Nomor 1.
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. 2013. *Consumer Behavior*. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Sekarini,D.M.2016. *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Pelanggan Sebagai Intervening (Studi pada Pengguna E-Toll card Tahun 2015 di Kota Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Volume 5, Nomor 3.Halaman 1-13.
- Shintaputri.2017. *The Impact of Perceived Price towards Perceived Value Through the Mediation of Perceived Quality*. International Business Management Program, Petra Christian University. iBuss Management Vol. 5, No. 1.
- Simamora, 2008, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia *Pustaka Utama*, Jakarta
- Sudaryono.2016.*Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andi Offiset.Yogyakarta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Suhartini.2020.*Minat Beli Pelanggan Ditinjau Dari Aspek Harga*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 3 No 2.
- Suryana, P., & Dasuki, E. S. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang. *Trikonomika*, 190-200.
- Susanto.2019. *Hubungan Antara Kualitas Layanan, Perceived Value, Dan Loyalitas Konsumen Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen*. Universitas Ciputra Surabaya. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 3, Nomor 6.

- Sweeney, J. And Soutar, G. 2001. "Consumer perceived value: the development of a multiple item scale". *Journal of Retailing*, Vol. 77, pp. 203-205.
- Tam, J. L. M. (2000). The Effects of Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction on Behavioral Intentions. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 6(4), 31–43.
- Thabit, T. H., & Raewf, M. B. (2018). The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4), 100–109.
- Thamrin dan Tantri francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Triawan,R.D.2017. *Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Niai Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Merek Honda Type Pcx 150 (Studi Pada Pengunjung Cafe Di Tunjungan Plaza Surabaya)*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 05.
- Utami, Ruri Putri dan Saputra, Hendra. 2017. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan*. *Jurnal Niagawan*, Vol 6, No 2, Oktober 2017, p-ISSN : 2301-7775, eISSN: 2579-8014. Medan: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan.
- Wahyu dan Gorda. 2019. "Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Ilmiah Manajemen* (2):324-36.
- Widyasari.2016.*Kualitas Versi Deming, Juran, Dan Crosby*. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Vol 16 No 2
- Wijayanti, Okta.2018. *Keterkaitan Brand Image, Perceived Value Dan Purchase Intention Pada Tenun Kubang H. Ridwan By Di Kabupaten Lima Puluh Kota*. Universitas Andalas Kampus li Payakumbuh.
- Wirayanthy Noverita.2019.*Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Ulang Produk Private Label*. Universitas Kristen Duta Wacana. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* Vol 2 No 1.

Cek Ajah.com 10 Merk Perlengkapan Outdoor Lokal Terbaik Indonesia Paling Populer. Akses 23 Maret 2022 dari <https://www.cekaja.com/info/merk-perlengkapan-outdoor-lokal-terbaik>

Idm Times.com Tujuh Perlengkapan Outdoor Paling Favorit di Indonesia, Suka yang Mana. Akses 20 Maret 2022 dari <https://www.idntimes.com/travel/tips/francisca-christy/7-perlengkapan-outdoor-terfavorit-1/7>

Kajianpustaka.com. *Citra Merek (Brand Image) - Pengertian, Aspek, Komponen dan Pengukuran*. Diakses pada 17 Februari 2022 dari <https://www.kajianpustaka.com/2021/04/citra-merek-brand-image.html>

Kompas.com <https://travel.kompas.com/read/2021/01/20/192000227/minat-pendakian-gunung-naik-tiap-tahun-rata-rata-anak-muda-?page=all>. Akses 23 Maret 2022

Linovhr.com. *Pengertian, Indikator & Perbedaan dengan Brand Awareness*. 20 Februari 2022 dari <https://www.linovhr.com/brand-image-dan-brand-awerness/>

Mediani.com. *Tujuh Brand Perlengkapan Outdoor Lokal yang Mendunia*. Akses 12 Maret 2022 dari <https://mediaini.com/branding-promosi/2020/09/22/35781/7-brand-perlengkapan-outdoor-lokal-yang-mendunia/>

Web merapi mountain.(<https://www.merapimountain.com/product/milky-way/>).Akses 17 Juli 2023 09:49