

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T. S., Fitrah, Y., & Rafli, M. (2023a). PENGARUH, PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS, dan LOYALITAS MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA TOKO ONLINE SHOPEE. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Akbar, T. S., Fitrah, Y., & Rafli, M. (2023b). PENGARUH, PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS, dan LOYALITAS MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA TOKO ONLINE SHOPEE. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali-Gramedia Pustaka Utama.
- Asnawi, Moch Heru Widodo, & Stevanus Gatot Supriyadi. (2022). Pengaruh Keberagaman Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Ontel Di Toko Agung Jombang. *Efektor*, 9(1), 58–65. <https://doi.org/10.29407/e.v9i1.16925>
- Büyükdağ, N., Soysal, A. N., & Kitapci, O. (2020). The effect of specific discount pattern in terms of price promotions on perceived price attractiveness and purchase intention: An experimental research. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55(December 2019). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102112>
- Denni Mochamad Faisal, Tri Yusnita, R., & Karmila, M. (n.d.). The Influence Of Product Quality, Price And Location On Consumer Purchasing Decisions (Survey On Alle'chantre Tasikmalaya Store Consumers). In *Journal of Management, Economic, and Accounting* (Vol. 2, Issue 1).
- 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>

- Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. In *Jurnal Wawasan Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).
- Gosal, S., & Setiobudi, A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&Smoothieszone. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(4), 303-310.
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSAINGAN TERHADAP MINAT BELI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Harfania, F. (n.d.). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, EXPERIENTIAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI KASUS PADA RESTORAN AYAM GEPREK SA'I YOGYAKARTA) THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION, EXPERIENTIAL MARKETING, FOOD AND SERVICE QUALITY ON REPURCHASE INTENTION (A CASE STUDY ON RESTAURANT AYAM GEPREK SA'I YOGYAKARTA). www.pribuminews.com
- Harjadi, D., Si, M., & Arraniri, I. S. E. I. (2021). Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial. <http://insaniapublishing.com>
- Kalangi, A., Massie, J., Ogi, I., Kalangi, A. D., Massie, J. D., WJOgi, I., Lourens Sampel Korompis, F., Manajemen, J., Ekonomi dan Bisnis, F., & Sam Ratulangi, U. (2023). THE ROLE OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS ON CUSTOMER SATISFACTION IN GLORI-A COFFEE HOUSE KAWANGKOAN. 11(1), 23–32.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jilid.
- Laela Ella. (2021). Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1).

- Lee, S., Illia, A., & Lawson-Body, A. (2011). Perceived price fairness of dynamic pricing. *Industrial Management & Data Systems*, 111(4), 531-550.
- Lupiyoadi, R. (2013), Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat.
- Manurung, R. N., & Hadian, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dalam Berbelanja Online Shopee. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2(1), 106-118.
- Mareta, L. P., & Kurniawati, T. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Shampo Rejoice.
- Martiana, R., Apriani, S., La, S., & Mashiro, T. (n.d.). Apriani/Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. 121–134.
- Nurlaela Anwar, R., & Ananda Wardani, F. (2021). NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SCARLETT DI E-COMMERCE SHOPEE 1. *Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Toko Prahasta Purbalingga Rofik Priyanto Lecturers in Business and Retail Management Study Program, Madyathika Polytechnic Purbalingga. (2024a). *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(2).
- Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Toko Prahasta Purbalingga Rofik Priyanto Lecturers in Business and Retail Management Study Program, Madyathika Polytechnic Purbalingga. (2024b). *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(2).
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of*

- Communication Education, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/jocep.v15i1.226>
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 28-39.
- Safitri, A. N. (2021a). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>
- Safitri, A. N. (2021b). PENGARUH BRAND IMAGE, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LAZADA. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v0i0.212>
- Sari Meida Ramita, & Lestari Rahayu. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1).
- Siaputra, H. (2024a). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13–23. <https://doi.org/10.9744/jmp.10.1.13-23>
- Siaputra, H. (2024b). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13–23. <https://doi.org/10.9744/jmp.10.1.13-23>
- Suhaily, L., & Soelasih, Y. (2017). What Effects Repurchase Intention of Online Shopping. *International Business Research*, 10(12), 113. <https://doi.org/10.5539/ibr.v10n12p113>
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV ANDI
- Tjiptono, F. (2019). *Service, quality dan customer satisfaction*.
- Triyoko. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Kedai Yoko. *Jurnal Daya Saing*, 8(No. 1).

- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang pada konsumen Hypermart. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 172-186.
- Wijaya, L. S. T., Fridayani, J. A., & Maridjo, H. (2024). KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI ULANG MIE GACOAN DI YOGYAKARTA. *JURNAL EKONOMI PENDIDIKAN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 12(1), 35–56. <https://doi.org/10.26740/jepk.v12n1.p35-56>
- Wijiastuti, R. D., & Cantika, N. (2021). PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG JASA GOFOOD DI KOTA SORONG. *KALIANDA HALOK GAGAS*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.52655/khg.v1i1.3>