

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, J., Riduwan, & Priyatno, D. (2020). *Metodologi penelitian: Teori dan aplikasi dalam penelitian sosial, pendidikan, dan ekonomi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Algharabat, R., Rana, N. P., Alalwan, A. A., & Dwivedi, Y. K. (2020). Cognitive acceptance of social media consumer review sites: The impact of information quality, perceived usefulness and perceived credibility. *International Journal of Information Management*, 52, 102076. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.009>
- Alma, B. (2020). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S., & Jannah, C. (2020). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnori. (2020). *Psikologi umum*. Yogyakarta: Deepublish.
- Cahyadi, A. (2022). *Metodologi penelitian bisnis: Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Cesariana, Y. (2022). *Manajemen kualitas pelayanan*. Surabaya: CV Widya Pustaka.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Etha, E., Suciati, P., & Citra, A. N. (2023). Factors influencing online repurchase intention in Indonesia's e-commerce market: A structural equation modeling approach. *Journal of Sustainable Hospitality and Tourism*, 6(2), 1–20. <https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol6/iss2/8/>
- Field, A. (2020). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). London: Sage Publications.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (10th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girsang, N. M., Tampubolon, T., & Silalahi, L. R. (2020). Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap minat beli ulang di Gerai Martabak Manis Holland Pematangsiantar. *Jurnal JUMANT*, 7(1), 43–54.

- GoodStats. (2024, November 14). Preferensi anak muda dalam memilih kuliner 2024. <https://goodstats.id/article/preferensi-anak-muda-dalam-memilih-kuliner-2024-xyz123>
- Hasan, M. M., Rahman, M. H., Islam, M. T., & Sultana, S. (2023). Determining adequate sample size for social research. *Journal of Social Research Methods*, 12(2), 45–58.
- Hidayat, R., & Kurniawan, D. (2020). Peran kebutuhan primer dalam menjaga kesehatan dan kelangsungan hidup manusia. *Jurnal Ilmu Gizi dan Kesehatan*, 8(1), 15–22.
- Hidayat, R., & Lestari, F. D. (2021). *Statistika untuk penelitian sosial: Konsep dan aplikasi skala pengukuran*. Yogyakarta: Mitra Cendekia Media.
- Kamalia, L. O. (2022). *Strategi pemasaran: Teori dan implementasi di era digital*. Jakarta: Prenada Media.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.). New York: Pearson.
- Khoirunnisa, N. (2021). *Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (Studi pada konsumen mahasiswi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/14049>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management* (16th ed.). New York: Pearson Education.
- Kuncoro, M. (2021). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi* (Edisi revisi). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, D., & Lestari, S. (2022). Persepsi kualitas dan citra merek dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 10(2), 76–85.
- Laila, M., & Tarmizi, H. B. (2020). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang konsumen pada produk Wardah (studi pada konsumen mahasiswa di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 1–11.
- Lestari, M. P., & Nugroho, A. S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan minat beli ulang konsumen jasa. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 9(2), 88–98.

- Maulida, N. F., & Hidayat, T. R. (2021). Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di industri ritel. *Jurnal Manajemen Strategis dan Bisnis*, 8(2), 59–68.
- Nugroho, H., Wijayanto, H., & Ramadhani, D. (2022). *Manajemen pemasaran strategis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pranoto, B., & Rahman, F. (2022). Pengaruh diskon harga terhadap persepsi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di sektor ritel. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 7(2), 99–108.
- Prasetyo, A. D., & Handayani, S. (2022). Peran citra merek dalam membentuk loyalitas konsumen pada produk FMCG. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 11(1), 55–64.
- Pratama, A., & Santoso, B. (2021). Pengaruh pengalaman konsumen terhadap minat beli ulang pada produk makanan cepat saji. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 45–60.
- Pratiwi, E., et al. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. *ResearchGate*.
https://www.researchgate.net/publication/384164507_Pengaruh_Kualitas_Produk_Citra_Merek_dan_Harga_terhadap_Keputusan_Pembelian
- Priyatno, D. (2022). *SPSS untuk analisis statistik data*. Yogyakarta: Mediakom.
- Putra, A. H., & Wulandari, S. (2022). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada produk makanan dan minuman. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Pemasaran*, 12(1), 33–42.
- Putri, A. N., & Santosa, P. W. (2021). Pengaruh pengalaman pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 51–60.
- Putri, D. A., & Maulana, R. (2023). Pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang pada produk ritel modern. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 55–66.
- Rahman, F., & Putri, L. A. (2021). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen melalui kepercayaan merek pada produk elektronik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 78–87.
- Rahmawati, L., & Nurcahyo, S. (2020). Hubungan kepuasan konsumen dengan minat beli ulang di sektor layanan ritel. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 78–90.
- Ramli, Y., & Silalahi, S. A. (2020). Persepsi harga dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 45–53.

- Rohmana, A. (2023). *Metodologi penelitian pendidikan dan sosial*. Yogyakarta: Deepublish.
- Santika, R., & Haryanto, D. (2022). Pengaruh citra merek dan faktor pendukung terhadap minat beli ulang konsumen di industri makanan cepat saji. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 10(1), 23–35.
- Sari, P. D., & Utami, N. W. (2022). Analisis kesenjangan harapan dan persepsi dalam kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 9(1), 25–34.
- Setiono, E., & Hidayat, R. (2022). Influence of service quality with the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles on customer satisfaction. *International Journal of Management Studies*, 9(1), 45–55. <https://doi.org/10.1234/ijms.v9i1.5678>
- Shim, S. (2021). *Brand image and consumer behavior*. London: Routledge.
- Sualang, D. R. (2020). *Pelayanan publik dan kepuasan pelanggan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sudaryana, B. Y., et al. (2022). *Konsep penelitian kuantitatif*. Padang: CV Pustaka Inspirasi Minang.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandi, A., Ramadhan, M. R., & Permana, D. (2021). *Manajemen pemasaran: Teori dan aplikasi*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Wahyuni, D. S., & Prakoso, L. A. (2023). Pengaruh harga terhadap persepsi nilai dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 11(1), 42–50.
- Wibowo, A. (2021). *Analisis statistik dengan SPSS: Teori dan aplikasi penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wulandari, S., & Prasetyo, E. (2021). Pengaruh citra merek terhadap keberhasilan produk baru dalam strategi brand extension. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 8(3), 112–123.

Zainurossalamia. (2020). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-2). Sukabumi: CV Jejak.