

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A., Hs, S., Muniarty, P., Nanda, I., Retnandari, S. D., Wulandari, S. (2021). *Metodologi Penelitian & Analisis Data Comprehensive*. Cirebon: Penerbit Insania.
- <https://books.google.co.id/books?hl=id&id=dSY5EAAAQBAJ&printsec=frontcover>
- Abdillah, L., Sufyatu, Muniarty, P., Nanda, I., Retnandari, S., Wulandari, Prasetyo, A., Sinambela, S., Mansur, Aulia, T., Hamzah, A., Firmansyah, H., Andari, S., Rismadi, B., Purba, S., Gazi, & Sina, I. (2021). *Metodologi Penelitian*. <http://insaniapublishing.com>
- Adawiyah, Y. R., Windayani, N., Nuryantini, A. Y., Agustin, T. W., & Rochman, C. (2024). Analisis Hubungan Literasi Halal Dengan Konsumsi Makanan Siap Saji. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6(1), 1–9.
- <https://doi.org/10.30997/jiph.v6i1.11579>
- Akbar, M. A., Iswanto, A., & Hijuzaman, O. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Structural Equation Modeling (Sem) Amos Pada Cafédjajan Coffee Purwakarta. *Jurnal Economina*, 3(9).
- <https://doi.org/10.56190/jks.s3i2.33>
- Akhnan, A. T., Mokodongan, A., & Bantulu, L. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Melakukan Pembelian Ulang Di Restoran Pino's Kota Gorontalo. *Jurnal Darmawisata*, 3(2), 7–15.
- <https://doi.org/10.56190/jdw.v3i2.31>

- Alfaridzi, F., & Budiani, M. (2021). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan X. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(8). <https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i8.41667>
- Alfaridzi, M. F., & Budiani, M. S. (2021). Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan X. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(8), 17–31.
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisa, E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi. *Generics : Journal Of Research In Pharmacy*, 2(1). <https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i8.41667>
- Amelia, R., & Suryani, T. (2020). Pengaruh kualitas layanan online delivery terhadap kepuasan dan minat beli ulang. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(3), 233–245. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/15257>
- Anggriawan, D., Amirudin, N., & Ladamay, M. O. (2024). Efektivitas Media Pembelajaran Information And Communication (Ict) Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di Smpm2 Balongpanggang. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 2(4). <https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i4.485>
- Anggriawan, D., Amirudin, N., & Ladamay, M. O. (2024). Efektivitas Media Pembelajaran Information And Communication (Ict) Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di Smpm2 Balongpanggang. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 2(4). <https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i4.485>
- Anwar, A., & Septyanto, D. (2024). Pengaruh Kinerja Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang pada Restoran Hoka-Hoka Bento di Kabupaten Tangerang. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(12), 5890–5906.

- Apriani, W., & Fadilla, S. (2023). Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Transmart Tuparev Karawang. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(2), 239–259. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i2.1591>
- Ardiansyah, Y., & Cyasmoro, V. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Putra Minang Bekasi Timur. *EKOMA: Jurnal Ekonomi*, 3(5), 668–681. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i5.4280>
- Arjuna Arjuna, M. Alfito Dinova, Anzor Nasution, & Suhairi Suhairi. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Dalam Pemasaran Global. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(1), 01–09. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i1.2110>
- Arliyah, R. S. (2025). Pengaruh kepuasan konsumen dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan minat beli ulang sebagai variabel intervening. *Jurnal Kompeten*.
- Bader, S. A.-B., & Jones, T. V. (2021). Analisis Mediasi Statistik Menggunakan Uji Sobel Dan Makro Proses Hayes Spss. *Jurnal Internasional Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, 9(1), 42–61.
- Bakewell, C., & Mitchell, V. W. (2006). Male versus female consumer decision making styles. *Journal of Business Research*, 59(12), 1297–1300. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.09.008>
- Bloemer, J., De Ruyter, K., & Peeters, P. (1998). Investigating Drivers Of Bank Loyalty: The Complex Relationship Between Image, Service Quality And Satisfaction. *International Journal Of Bank Marketing*.
- Chairudin, A., & Sari, S. R. (2021). Model Hubungan Citra Merek dan Minat Beli Ulang : Peran Kepuasan Pelanggan dan Kesetiaan Pelanggan. *Oikonomia:*

Jurnal Manajemen, 17(2), 112.
<https://doi.org/10.47313/oikonomia.v17i2.1259>

- Choudhary, N. (2019). Strategic Analysis of Cloud Kitchen – A Case Study. *Management Today*, 9(3), 184–190. <https://doi.org/10.11127/gmt.2019.09.05>
- Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM Methods for Research in Social Sciences and Technology Forecasting. *Technological Forecasting & Social Change*, 173: 1-11.
- Davis, B., Lockwood, A., Pantelidis, I. S., & Alcott, P. (2018). Food and beverage management. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315563374>
- Ella Laela. (2021). admin,+Ella+Laela. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 180.
- Fachrudin, K. A., Tarigan, D. L., & Iman, M. F. (2022). Analisis Rating dan Harga Kamar Hotel Bintang Lima di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 3(3), 237–252. <https://doi.org/10.35912/jakman.v3i3.1107>
- Faizah, E. N. (2023). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pelanggan. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1).
- Febriyanti Nurfalah, R., & Ayu Pramestidewi, C. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening The Effect Of Product Quality On Repeat Purchase Intention Through Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 156–169. <https://ojs.unida.ac.id/Jvs>,
- Ferdinand, A. (2006). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor* (Edisi ke-3). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Firdausi Ahsan, A., & Lukmandono, dan. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Anita Family Bakery Sumenep.*
- Firdausi, A., Lukmandono, & Agung. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Anita Family Bakery Sumenep.*
- Fitri, A., & Rahmawati, F. (2024). Study of regularized generalized structured component analysis to overcome multicollinearity in component-based SEM. *Jurnal Matematika, Statistika dan Komputasi*, 20(1).
- Folia, L. L., & Octavia, A. N. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Restoran Makanan Cepat Saji Rocket Chicken Tlogosari Raya. *JURNAL PUNDI*, 8(1), 45. <https://doi.org/10.31575/jp.v8i1.543>
- Ghozali, I. (2021). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goeltom, V. A. H., Saputri, J. A., & Christine, D. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction, Customer Delight, dan Customer Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Otentii di Tangerang. *JUBIMA: Jurnal Bintang Manajemen*, 1(1), 89–118.
- Hafidz, G. P., & Nabilah, P. S. (2024). Pengaruh kenyamanan, nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada pengguna marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 528–542.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

- Hair, J., Hult, T., Ringle, C., Sarstedt, M., Danks, N., & Ray, S. (2021). *Classroom Companion: Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. <http://www>.
- Haneemsipatma, A., & Zufrizen. (2024). Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 199–214. <https://doi.org/10.32502/jimn.v13i2.7194>
- Hanun, N., Yuliana, I., & Ija, M. (2023). Analisis Besar Porsi Dan Biaya Daging Ayam Terhadap Standar Di Instalasi Gizi Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Mohammad Hoesin Palembang. *Jurnal Ners Prodi Sarjana Keperawatan & Profesi Ners FIK UP 2023*, 7, 693–697. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/ners>
- Hardani, A. N., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Jogja: Cv. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hardiana, C., & Kayadoe, F. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 71–87.
- Haryono, S. (2016). *Metode Sem Untuk Penelitian Manajemen Dengan Amos 22.00, Lisrel 8.80 Dan Smart Pls 3.0*. Pt. Intermedia Personalia Utama.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus Kasus Pilihan*. Caps.
- Henry Raule, J., Novi Nurhayati, Mk., Komang Ary Pratiwi, M., & Roeskani Sinaga, M. (2024). *Buku Referensi Manajemen Pemasaran*.

- Hermawan, E. (2023). Literature Review Perilaku Konsumen: Loyalitas Pelanggan, Pembelian Ulang dan Minat Beli. *Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.38035/jgia.v1i1>
- Hertina, D., Sulasmi., & Taufik, M. Z., dkk. (2024) *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, h. 66^[SEP]
- Janna, N. M. *Variabel dan Skala Pengukuran Statistik*, h. 3-4
- Hwang, H., & Takane, Y. (2004). *Generalized structured component analysis*. *Psychometrika*, 69(1), 81–99.
- Hwang, H., & Takane, Y. (2014). *Generalized Structured Component Analysis: A Component-Based Approach to Structural Equation Modeling*. CRC Press.
- Hwang, H., & Takane, Y. (2014). *Generalized Structured Component Analysis: A Component-Based Approach to Structural Equation Modeling*. Boca Raton: CRC Press.
- Hwang, H., Cho, G., & Choo, H. (2024). GSCA Pro Free Stand-Alone Software for Structural Equation Modeling. In *Structural Equation Modeling* (Vol. 31, Number 4, pp. 696–711). Routledge. <https://doi.org/10.1080/10705511.2023.2272294>
- Hwang, H., Cho, G., et al. (2023). *GSCA Pro: Free stand-alone software for structural equation modeling*. *Structural Equation Modeling*.
- Jiang, Y. (2022). *Research on online shopping addiction based on flow theory*. Global Science Publishing.
- Juniantari, N. M. R., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2025). Pengaruh kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. *Jurnal EMAS*, 6(6).

- Karamoy, G. B. (2025). *Cloud Kitchen Strategy in the Development of Culinary MSMEs: The Biscoffery*. 5(4).
- Kiswanto, B., & Pratama, A. (2024). Determinasi Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Pada UMKM Dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 12(2), 192–219. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v12i2.1612>
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Press.
- Kosli, J., Yuwono, V., & Soediro, M. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Atmosfer Restoran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Kajian terhadap sebuah restoran x di Makassar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 10(2), 1317–1326.
- Kotler, P. & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip marketing*, (7th ed.). Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, L. K. (2016). *Marketing management*, (15th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Kurniawan, A., Indriastuti, A., & Herdiansyah, J. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Menggunakan Jasa GO-JEK. *Jurnal SITE Semarang*, 4(1), 210–223.

- Kusumadewi, S., & Ghozali, I. (2013). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least squares*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Laksono, D. W., Fardiana, E., & Rino Rinaldo. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Pakaian Merek Erigo Di Kota Tangerang. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(2), 204–211. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i2.1337>
- Latifah, A., & Nugraha, J. (2023). The influence of relevance and computer self-efficacy on students' behavioral intention in using the digital library. *Jurnal Inovasi Dan Teknologi Pembelajaran*, 10(1), 92. <https://doi.org/10.17977/um031v10i12023p092>
- Lazuarda, S. (2022). Peran Gelombang Korea (Korean Wave) Terhadap Creative Business Masyarakat di Provinsi Jawa Timur Shofwaties Anissa Lazuarda. *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*, 6(1), 99–111.
- Le, L. H., & Ha, Q.-A. (2021). Effects of negative reviews and managerial responses on consumer attitude and subsequent purchase behavior: An experimental design. *Computers in Human Behavior*, 124, 106912. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106912>
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e* (Vol. 2, Number 3).
- Lestari, D., Rachmawati, N., & Utami, S. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45–58.

- Liu, Y., Wan, Y., Shen, X., Ye, Z., & Wen, J. (2021). Product customer satisfaction measurement based on multiple online consumer review features. *Information (Switzerland)*, 12(6). <https://doi.org/10.3390/info12060234>
- Mardia, H. M., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M., Sulasih, T. R., . . . Weya, I. (2021). *Strategi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Masruroh, M., & Haryatmi, S. (2022). Metode Multigroup Generalized Structured Component Analysis Pada Multigroup Sem Berbasis Komponen (Multigroup Generalized Structured Component Analysis Method On Component-Based Multigroup Sem). *Jurnal Matematika Thales (Jmt)*, 04(02), 2022.
- Mufashih, M., Maulana, A., & Shihab, M. S. (2023). The Influence of Product Quality, Electronic Word of Mouth and Brand Image on Repurchase Intention in Coffee-To-Go Stores with Consumer Satisfaction as Intervening Variables. *International Journal of Social Service and Research*, 3(8), 1958–1970. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i8.498>
- Nursalam. (2014). *Statistik Dan Pengukuran Untuk Guru Dan Dosen Teori dan Aplikasi dalam Bidang Pendidikan*. Makassar: Alauddin University Press.
- Nyarmiati, & Astuti, S. R. (2021). 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). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(2).
- Octaviani, D., & Ekawati, E. (2023). Mediasi kepuasan pelanggan dalam hubungan customer experience dan minat beli ulang. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 8(2), 198–206.

- Permatasari, L. D., & Santosa, S. B. (2021). Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(4), 1–6. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr)
- Pertiwi, A., Tarigan, B., & Bernarto, I. (2024). The Effect Of Brand Image, Brand Trust And Customer Satisfaction On Repurchase Intention (Case Study: Starbucks Coffee Jakarta). *Edunomika*, 08(01), 1–14.
- Prasetyo, B., dan Sutopo, W. (2022). Determinants of customer satisfaction and repurchase intention in online food delivery services. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 21(1), 45–58.
- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Pembelian Ulang. *I(2)*.
- Prasetyo, M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62–79. <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i2.14>
- Pratama, R., & Saputra, H. (2022). The effect of brand image on customer satisfaction and repurchase intention. *Journal of Business Research*, 10(1), 45–55.
- Prihatin, K. S. (2022). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Investasi terhadap minat berinvestasi saham dipasar modal. *Progress Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1).

- Putri, A., Suhartono, C., & Kristanti, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Di Restoran Kaizen Bbq Grill & Shabu-Shabu Surabaya Dengan Customer Experience Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 46–54. <https://doi.org/10.9744/jmp.9.1.46-54>
- Putri, K. A. M. A., & Yasa, N. N. K. (2022). The Role of Customer Satisfaction as Mediating Variable on the Effect of Brand Image towards Coffee Shop Customer's Repurchase Intention. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 149–154. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1271>
- Putri, Rizan, M., & Febrilia, I. (2024). Pengaruh Electric Word of Mouth terhadap Niat Pembelian Ulang dengan Citra Merek dan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna E-Commerce di Jakarta. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(3), 1709–1725. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i3.22996>
- Rahayu, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 2(1), 109–113. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v2i1.705>
- Rahman, M. S. (2022). The influence of hedonic and utilitarian value on consumer behavior in food industry. *British Food Journal*, 124(9), 2905–2920. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2022-0231>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>

- Rembet, V., Mananeke, L., & Loindong, S. (2020). Pengaruh Service Performance, Kepercayaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sulutgo Cabang. *Jurnal EMBA*, 8(3), 332–343.
- Ritonga, N., Azahra, D., & Prabowo, D. (2025). Peran Kreativitas Wirausaha terhadap Inovasi Produk Pada UMKM Kuliner di Kota Medan. *Research in Organizational Behavior*, 9(2), 157–183.
<https://doi.org/10.1016/j.riob.2016.10.001>
- Riyadi Andri, & Muamar. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warkop Djenaka Di Sampit. *Open Journal Systems*, 19, 4257–4282.
- Saefudin, M. A., Elmuna, L., & Fikri, F. F. (2025). Memahami Peran Komitmen Religius Pada Keputusan Pembelian Obat Halal: Pendekatan Generalized Structural Component Analysis. *Jurnal Psikologi Insight*, 9(2), 105–118.
- Safi, F., & Alagha, M. (2020). The Relationship Between Service Quality And Customer Satisfaction. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 10(8), 767–787.
<https://doi.org/10.29322/ijsrp.10.08.2020.p10497>
- Santoso, T. I., Rozali, M., Hanifa, R., Selatan, U. S., & Selatan, S. (2022). Structural Equation Modelling (SEM) Using SEM-GSCA and GSCA-Pro Applications for Students and Lecturers. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 48–56. <http://prin.or.id/index.php/nusantara48>
- Sari, D. F. R., & Nurmaning, B. A. (2024). Pengaruh lokasi dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 1(8), 473–483

- Sari, D. P., & Wijaya, T. (2021). Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 120–130.
- Sarwono, J. (2010). *Pengantar structural equation modeling (SEM) menggunakan LISREL*. Andi.
- Sasongko, S. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Septiana, M., Shinta, H., Nur, R., & Putra, A. (2025). Pengaruh Board Gender Diversity dan Kepemilikan Institusional terhadap Penghindaran Pajak dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Mediasi. *Shafin: Sharia Finance and Accounting Journal*, 5(1), 29–56. <https://doi.org/10.1905/sfj.v5i1.15923>
- Septrian, A. A., & Nirmala, A. (2025). Analisis Isi Konten Sosial Media Dalam Meningkatkan Engagement Pada Akun Instagram @mercurymediagroup.id. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 05(04), 1–13.
- Siaputra, H. (2024). 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>
- Siska, J., Pudyaningsih, A. R., & Erwantiningsih, E. (2024). *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Di Kedai Food Spicy Chili Kota Pasuruan*. 2(4), 391–398. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>
- Sudirjo, F., et al. (2024). Teori perilaku konsumen dan keputusan pembelian.

- Sudirjo, F., Johannes, M. M., Koynja, J., Yuniar, E., & Si, M. (2025). *Manajemen Pemasaran*.
- Sudirman, A., Ratih, S. D., Mangabarani, A. S., Soegoto, A. S., Ratnasari, K., Burhanudin, J., ... & Utami, M. M. (2022). *Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sugiarto, C. R., Lastiawan, J. P., & Yunus, E. N. (2023). Faktor Keberhasilan Kritis Usaha Kuliner Berbasis Cloud Kitchen Dari Perspektif Pelaku Usaha dan Konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 9(1), 273. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.1.273>
- Sumarsid, & Atik, P. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progres*, 12(1), 70–83.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2).
- Susanti, R., & Fahmy, R. (2020). *Kepuasan Kerja sebagai Variabel Mediasi pada Pengaruh Ketidakjelasan Peran terhadap Kinerja Pegawai*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 68–74
- Susanto, E., Ahoen, B., & Handayani, A. (2024). Pengaruh E-Wom dan Brand Image terhadap Repurchase Intention pada Pengguna Aplikasi Dana. *Journal Of Interdisciplinary Science And Education*, 4(2), 29–38. <https://doi.org/10.70371/jise.v4i2.265>
- Syah, R., Lina Auliana, & Rivani. (2024). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Instagram @Dearmebeauty (Pt Garland Cantik

- Indonesia). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1095–1105.
<https://doi.org/10.34127/Jrlab.V13i2.1132>
- Syahrir, A., Kurniawan, A., Haeruddin, M., Musa, M., & Ruma, Z. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Minuman Yotta di Cabang Tinumbu. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 345–359. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i4.2734>
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159–205.
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., Andreani, F., & Program, H. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id>
- Toding, J., & Mandagi, D. (2022). Dimensi Brand Gestalt Sebagai Prediktor Kepuasan Pelanggan dan Niat Membeli Ulang Pelanggan UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(3), 1167–1185.
- Utami, F. P., Ratnamurni, E. D., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, S., Jenderal, U., & Yani, A. (2024). Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Produk Hand And Body Lotion Merek Nivea Di Bandung Raya. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 8(2), 172–184.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). *Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling*. Malang: Literasi Nusantara .

- Waluyo, M., & Rachman, M. R. (2020). *Mudah cepat tepat dalam aplikasi structural equation modeling* (Edisi Revisi). Batu: Literasi Nusantara.
- Wardani, R. M. (2024). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan pembelian ulang konsumen. *Jurnal Maksipreneur*.
- Wayan, N., Parameswari, M., Ketut, I., Susrusa, B., Mekse, G., Arisena, K., & Bakhtiar, A. (2025). Universitas Muhammadiyah Jember Penggunaan Online Food Delivery (OFD) Untuk Belanja Pangan Mahasiswa Muhammadiyah Malang Use Of Online Food Delivery (OFD) For Gen Z College Students' Food Shopping. *Jurnal Agribest*, 9, 102–117. <https://doi.org/10.32528/agribest.v9i2.3727>
- Wicaksana, M. R., & Santosa, S. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada pelanggan Jne Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(3).
- Wijanto, S. H. (2008). *Structural equation modeling dengan LISREL 8.8: Konsep dan tutorial*. Graha Ilmu.
- 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>
- Wijayanti, H., & Almaidah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang D'fresco Donut Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Buletin Ekonomi*, 11(2), 225–238.

- Williams, S. E., Ford, J. H., & Kensinger, E. A. (2022). The power of negative and positive episodic memories. In *Cognitive, Affective and Behavioral Neuroscience* (Vol. 22, Number 5, pp. 869–903). Springer. <https://doi.org/10.3758/s13415-022-01013-z>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2).
- Yuliana, R., & Pantawis, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Green Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Di Kota Semarang. *Journal of Economics and Banking*, 4(1), 79–86.
- Zeithaml, B., & Gremler, D. (2007). *Service Management (Edisi Keem)*. New York: Mc. Graw Hill.