

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembilan, Alfabeth, Bandung.
- Alfiasari, M. Zahra. (2018). Perilaku Cyber pada Remaja dan Kaitannya dengan Kontrol Diri dan Komunikasi Orang tua (1). *Jurnal Keluarga dan Konsumen*.
- Anggraeni, Rr., dan Prabowo, H. 2011. Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Pembelian Ulang (Studi Kasus: Pelanggan Majalah MIX di Jakarta Selatan). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binus Jakarta
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dairina, L. 2022. Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. *At- Tawassuth*, 7(1): 118-134
- Febriansyah, Gerry Triputra. 2021. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol 7. No. 1, Maret 2021: 70 – 88.
- Firmanto, Y. 2019. Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Chicken Kfc. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1): 1-10.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS25. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Gusti Ayu Intan Viani, Ni Wayan Eka Mitriani, I Gusti Ayu Imbayani. 2022. PENGARUH BRAND IMAGEDAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK KFC DI KOTA DENPASAR PADA MASA PANDEMI COVID 19. *JURNAL EMAS*, 3(3):35 – 43.
- Hadari, N. 2012. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Hasan, A. 2018. Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga terhadap Minat Beli Pakaian. *Indonesian Indovisi Institute*, 1(1), 83–104.
- Herlambang, 2014. *Basic Marketing: (Dasar-dasar pemasaran) Cara mudah memahami ilmu pemasaran*. Yogyakarta: Goyeng Publishing.
- Hutagaol, E. V. 2017. “Peningkatan Kualitas Hidup pada Penderita Gagal Ginjal Krinik yang Menjalani Terapi Hemodialisa melalui Psygological Intervention di Unit Hemodialisa RS Royal Prima Medan Tahun 2016.” In *Light of Another’s Word: European Ethnography in the Middle Ages 2*: 1–211.
- Irawan, P. R., A. Abdillah, dan T. Taryanto. 2022. Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada Home Industri Sandal Kulit Kandangwesi *Collection* Garut. *Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2): 61-68.

- Jasmine, E. D., I. A. Kalpikawati, M. Artajaya, dan N. W. C. Pinarian. 2018. Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Golden Tulep Jineng Resort Bali pada Masa Pandemi Covid-19. *Hospital Accomodation Management*, 2(1): 1-11.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Sembilan. Buku 2. Penerbit salemba empat. Jakarta
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar
- Maghfiroh, (2019) Pengaruh harga, kualitas produk dan word of mouth terhadap kepuasan konsumen serta implikasinya pada keputusan pembelian smartphone xiaomi (studi kasus mahasiswa universitas muria kodus angkatan 2016). Update Test thesis, UMK.
- Malik, Yaqoob, and Aslam. 2012. The Impact of Price Perception, Service Quality, and Brand Image on Customer Loyalty (Study of Hospitality Industry in Pakistan Interdisciplinary, *Contemporary Research In Business*, 4(5): 1-6
- Melisa, dan D. L. Siregar. 2021. Fair Value. *Ilmiah Akutansi dan Keuangan*, 4(2): 691–703.
- Oktafia Marisa, Janny Rowena. 2019. PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI PADA PRODUK HIGH END MAKE UP AND SKIN CARE PADA GENERASI MILLENIAL JAKARTA. *Jurnal Bina Manajemen* 7 (2): 161-170.
- Priwastyani, T., Wahyu Fitriadi, B., & Muhamad Pauzy, D. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bakso Baturetno. *Insight Management Journal*, 3(1), 11–21. <https://journals.insightpub.org/index.php/imj>
- Peter, J. P. and Jerry C. O. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (edisi 9). Jakarta: Salemba Empat.
- Prayoni, I. A., dan N. N. R. Respati. 2020. Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Hubungan Kualitas Produk dan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(4): 1379.
- Rini Astuti, Isna Ardila, Rodhitur Rahman Lubis. 2021. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)*. 2(2): 204-219.
- Roslina. 2010. Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan Serta Pengukurannya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 6 No 3, Mei 2010: 333-346.
- Samosir, M. D. 2022. Pengaruh *Brand Image*, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Ulang Produk Kopi Starbucks di Kota Semarang. *Management & Business*, 5(2): 189–200.

- Sari M. P., dan V. F. Sanjaya. 2022. Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Handbody Shinzui (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Business and Entrepreneurship*, 3(1): 54.
- Sayidah, A. N., dan M. S. H. Hartono. 2022. Pengaruh *Brand Image*, *Product Variety*, *Perceived Service Quality*, *Vanity Seeking*, dan *Customer Value* terhadap Keputusan Pembelian ulang Konsumen pada Produk Skincare. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11): 3093-3106.
- Schiffman, dan Kanuk. 2011. *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. New Jersey: Perason Prestice Hall.
- Sinta Yuliana, Ali Maskur. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5 (1).599-573.
- Sofya, D. N., dan S. Purwanto. 2021. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang “Slai O’lai.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(3), 28.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta.
- Wardhani, M. K., S. Sudarwati, dan P. W. Diyah. 2021. Keputusan Pembelian Ulang ditinjau dari Citra Merek, Media Iklan, dan *Brand Trust* pada Produk Imboost di Surakarta. *Ilmiah Edunomika*, 5(1): 224–234.
- Wiyono. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: STIM YKPN, Edisi 1.
- Yogi Nurfauzi, Habel Taime, dkk., 2023. Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 4(1): 183-188.
- Zahra, N. S. 2018. Implementasi Digital Marketing sebagai Strategi dalam Meningkatkan Pemasaran UKMK. *National Conference of Islamic Natural Science*, 1(1): 1-12.