

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, I. S., & Nugroho, E. S. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam menggunakan Aplikasi Dompot Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 26–36.
- Azizah1, A. N., , Ahmad Jauhari, S.Sos., M. M., Ayuanti, R. N., & S.E., M. . 3. (2023). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, KELENGKAPAN BARANG, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SWALAYAN BERKAH MANDIRI MOJO KEDIRI*. 1(3).
- Budiyanto, A. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di PT. Yerry Primatama Hosindo. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(3), 71–80.
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 50–62. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Darmawan, D. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Ibu Rumah Tangga Berbelanja di Supermarket. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(1), 40–48. <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear>
- Ghazali. (2017). *Ekonometrika teori, konsep damn aplikasi dengan ibm spss 24*. Universitas Diponegoro.
- Ghazali. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018a). *Analisis multivariate lanjutan dengan program SPSS*.
- Ghozali. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS25*. Semarang:
- Ginting, F. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday*. UNIVERSITAS QUALITY BERASTAGI.
- Gusti, I., Agung Maharani, A., Putu, N., Anggraini, N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Mina Cabang Dalung. *Values*, 3(1), 275–285.
- Haris Hermawan. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2), 47–54. <https://doi.org/10.55352/maqashid.v2i2.269>
- Imam, G. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23 (8th Ed.)*. Universitas Diponegoro. In *Edisi 10*. Universitas Diponegoro.
- Istiyanto, B. dan N. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *EKSIS*, Vol 12, No.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 3.0: From products to customers to the human spirit*. Springer.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management: Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. Pearson.
- Maharani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *IQTISHA Dequity jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 10–22. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.548>
- Mahardika, Y., & Jumhur, H. M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Tokopedia. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 10(2), 401–411. <https://doi.org/10.37606/publik.v10i2.594>
- Maryanti. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Ulang Pada Toko Swalayan Kaisar di Pontianak. *Bisma*, 1(9), 1940–1949.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Moh Sholeh, M. A. F. (2023). *Pengaruh kualitas layanan, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian pada toko nada swalayan di kabupaten sampang 1,2*. 3(2), 101–109.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1.1880>
- Nilawati, W. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Kopi ABC Di Desa Pancoran Bondowoso). *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 74–78. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/2373>
- Nofina, G., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sepeda Motor Honda Di Pt. Menara Agung Veteran. *Jurnal EMAS, Vol 3 Nomo*(E-ISSN : 2774-3020).
- Philip, K., & Keller, K. L. (2018). Edisi Ketiga Belas JILID 2, Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Priwastyani, T., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bakso Baturetno. *Insight Management Journal*, 3(1), 11–21. <https://doi.org/10.47065/imj.v3i1.212>

- Rahmi, D. A., Rachma, N., & Rizal, M. (2016). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Sebagai Variabel Mediasi Pada Pembeli Di Sardo Swalayan. *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Unisma*, 82–94.
- Rasmana, F. A. S., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Manager : Jurnal Ilmu manajemen*, 3(1), 114. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i1.3839>
- Riyanto, K., & Satinah, S. (2023). Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 1(01), 30–37. <https://doi.org/10.59422/lmp.v1i01.73>
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Keretaapi Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(1), 30–44. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v15i1.642>
- Schiffman, & Kanuk. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. Perason Prestice Hall.
- Setyarko, Y. (2018). nalisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Produk secara Online”. *urnal Ekonomika dan Manajemen, Vol 5 No.*
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan* (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Sunu, N. P. P., & Rahanatha, G. B. (2021). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion Uniqlo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(3), 229. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i03.p02>
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran: Panduan Riset Sederhana untuk Mengendalikan Konsumen*.
- Surianto, K. N., & Istriani, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta. *Prosiding SENDI -U 2019*, 345–358.
- Teddy & Zuliestiana. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, 7(2), 5422–5428.
- Tjiptono, F. (2022). *SERVICE MANAGEMENT: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4*. Penerbit Andi.

- Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan(Studi Pada Salondewidi Kota Jambi). *STIEMuhammadiyah Jambi*, 5(1), 55–69.
- Wati, F. S. N. J., & Email: (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG pada Pelanggan Sarijan Coffe Malang*. 4, 2–3.
- Wijastuti, 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>
- Wulandari, F., & Murti, E. (2023). Kualitas Pelayanan Publik Pada Pembelajaran Daring Di Masa Pandemi Covid-19. *JURNAL SOSIAL Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 24(1), 22–29.
- Zahro, O. F., Trias Setyowati, S. H., SE, M. M., Murtaliningtyas, W., & Si, M. (n.d.). *Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Word of Mouth (WOM) terhadap Kepuasan Konsumen pada Bakso Pak Leo Jember*.

