

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, N. F., & Nurcholis, D. L. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Furniture Di Rangga Jaya Mebel Jepara). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 972–994. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimue/article/view/10558>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Avandi, V. (2023). *The Effect of Digital Marketing and Brand Image on Tokopedia Repurchasing Decisions with Customer Satisfaction as Intervening Variables (Case Study on 7th and 8th Semester FEB Students , University of Muhammadiyah Tangerang)*. 2(1), 265–278. <https://doi.org/10.51773/sssh.v2i1.161>
- Budiman, W., & Christine. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1), 8.
- Cockrill, A., G. M. (2015). Perceived Price and Price Decay in the DVD Market. *The Journal of Product and Brand Management*, Vol 19. No.
- Djafar, L., Wolok, T., & Niode, I. Y. (2022). the Influence of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Ms Glow Products (Case Study on Users of Ms Glow Products). *European Scholar Journal (ESJ)*, 3(7), 31–37. <https://www.scholarzest.com>
- Dwinanda, G. (2019). Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali. (2017). *Ekonometrika teori, konsep damn aplikasi dengan ibm spss 24*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018a). *Analisis multivariate lanjutan dengan program SPSS*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS) (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harman Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era*.
- Huang, Hui-Chun, et al. (2014). Promote The Price Promotion: The Effect Of Price Promotion On Customer Evaluations in Coffee Chain Stores. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, Vol 26(Issue 7).
- Iroh Magfiroh, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan*. 5(3), 215–224.
- Kadariusman, Y. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA PT . BFI FINANCE INDONESIA ,*

TBK CABANG BINTARO. 1(April).

- Kasus, S., & Zactie, P. (2023). *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ) Pebruari 2023* © All Right Reserved Page 1. 5, 1–13.
- Khotimah, K., Wahono, B., & Bastomi, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Label Halal Dan Label Bpom Terhadap Minat Beli Kosmetik Maybelline (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 1288–1299.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Erlangga.
- Kotler, P., Keller K, L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Penerjemah)*. Erlangga.
- Kotler, Philip., and G. A. (2016). *Principles of Maketing, 14th ed*. Pearson Education.
- Kotler, Philip., K. L. K. (2016). *Marketing Management, 15th ed*. Pearson Education, Inc.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikotjco, F. (2022). Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang : Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan. *JIM : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 1–16. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Nabella, S., & Ida, F. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Vaseline di Kota Semarang. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 439–452.
- Pratiwi, Y., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The Effect of Product Quality, Brand Image and Social Media Influencer on Purchase Decision of Scarlett Whitening Product on Social Media Instagram in DKI Jakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(3), 529–547. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i3.903>
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. ANDI OFFSET.
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 284. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41948>
- Rasyidi, M. . (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan “Andina” Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provi. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan, Edisi Januari-Juni 2019*, 8 (1).
- Risanti, A. M., & Sulaeman, E. (2023). Analisa Pengaruh Marketing Mix 7p Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dan Jasa (Studi Kasus Pada Bunda Collection Karawang). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3, 6987–7001.
- Rohaeti, D., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Hawwa Skincare Di Kabupaten Bandung. *Value*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.36490/value.v2i2.190>

- Saputra, R. Y. B., & Lusnia, A. (2023). Pengaruh Brand Loyalty, Brand Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Tri Di Solo Raya. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 71–82. <https://doi.org/10.25134/ijsm.v6i2.7900>
- Seto, A. A. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *ANALISIS LAPORAN KEUANGAN Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian*. PUSTAKA BARU PRESS.
- Tajudinnur, M., Fazriansyah, F., Ferdian, R., Iskandar, I., & Ilham, I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Sebatik*, 26(2), 673–687. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i2.2112>
- Terate, A. H. P., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's Flawless White pada Yuri Kosmetik Pasar Atom Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 458–466. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.457>
- Tjiptono F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Ulum'mil Insanniat, U. S. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Lotion Mariana di Surabaya. *Jurnal E-Bis: Ekonomi Bisnis*, 6(2), 416–425.
- Zulwarni, P., Octavia, A., & Dahmiri, D. (2022). Effect of Perceived Value and Consumer Innovativeness on Purchase Decisions Mediated By Brand Image At Erha Beauty Clinic Jambi. *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 5(2), 288–293. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v5i2.19127>