

DAFTAR PUSTAKA

- Admin_ojs, A. (2020). Ac. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(2).
<https://doi.org/10.35972/jieb.v6i2.350>
- Adnan, A. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Ainun Ababil. (2019). *PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARUNG KELONTONG FAUZAN SKRIPSI*
Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menjadi Sarjana (S1).
- Anandhita, V. H. (2013). Studi pemilihan layanan jasa pengiriman oleh pelaku bisnis online sebagai sarana distribusi produk menggunakan strategi marketing mix di DKI Jakarta. *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*, 3(1), 1–18.
- Anggraini, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Iklan dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Mobile Traveloka. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Iklan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Mobile Traveloka*.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Arifqi, M. M. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 192–205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>
- Ary Dwi Anjarini, Aria Mulyapradana, Aria Elshifa, & Khafidzin. (2022). PENGARUH DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MADU PADA UMKM JAMALUDDIN. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 66–77. <https://doi.org/10.55606/jimek.v1i3.154>
- Basuki, I. N. (2021). *Pengaruh electronic word of mouth, harga, dan pemberian hadiah terhadap keputusan pembelian: Studi pada konsumen Ghealsyshoes Malang Jawa Timur*.
- Delviana, A. S., Sarwoko, E., & Hidayat, C. W. (2023). Peran electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian ulang: Citra merek sebagai mediasi. *MBR (Management and Business Review)*, 7(1), 142–150.
- Dwisakti, N. W. M., Suprpto, H., & Sugandini, D. (2021). Peran Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Kualitas Website Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Ulang Di Tokopedia Oleh Konsumen Online Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *SEMNASIF : Seminar Nasional Informatika*, 337–35

- Fadillah, A., & Syarif, R. (2013). Pengaruh Program Diskon Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(1), 77–84.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan*. Penerbit Deepublish.
- Gohae, M. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2).
- Handayani, S. P. N., & Suradi. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk di Planet Distro Sragen. *Smoothing*, 16(4), 82–89.
- Handrian, N., & Soliha, E. (2022). Keputusan pembelian: peran price discount, lifestyle, dan kepercayaan konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 348–355.
- Hasan, S., Awalia, S., Sihombing, N., Hakim, I., & Juliana, J. (2022). *Pemasaran Jasa*. Pena Persada.
- Hendarsono, G. (2013). Analisa pengaruh Experiential marketing terhadap minat beli ulang konsumen cafe buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1–8.
- Humairoh, H., Febriani, N., & Annas, M. (2023). Determinasi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi TikTok. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 71–88.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi ke-13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kurniawan, J., & RAHARDJO, S. T. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Marketplace OLX (Studi Kasus di Kota Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Lestari, W. P., Soebiantoro, U., & Amriel, E. E. Y. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui OFD Gofood: Studi Pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2774–2789. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4162>
- Marfu'ah, S. (2022). PENGARUH DISKON HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG SECARA ONLINE PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis). *Seminar Nasional Industri Dan Teknologi*, 654–660.
- MM, H. S. I. I. (2024). *Manajemen pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- NAHDLIANA, E. S. (2024). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai*

Variabel Intervening (Studi Kasus Griya Snack Ns Att Plurahan Talun Pekalongan).
UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.

- Nonik V. Koagouw Silvya L. Mandey Merlyn M. Karuntu. (2024). PENGARUH PRICE DISCOUNT, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN DIGITAL PAYMENT METHOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI LAYANAN GO-FOOD PADA MASYARAKAT KELURAHAN MALALAYANG 1 TIMUR DECISIONS THROUGH GO-FOOD SERVICES IN MALALAYANG 1 EAST VILLAGE COMMUNITY Jurnal E. *Jurnal Emba*, 12(3), 278–288.
- Norhermaya, Y. A. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi pada Online Store Lazada.co.id). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–13.
- Nugrahanto, N. F. R., Farida, N., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh kualitas produk dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan konsumen (Studi pada konsumen Yamaha Vixion PT. Mataram Sakti Setiabudi). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 178–185.
- Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*. <https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183–188.
- Prastiwi, E., Djumali, D., & Widayanti, R. (2019). Analisis Standar Mutu, Diskon dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Kembali Buku Pendamping Maestro (Studi pada Sekolah Dasar di Kabupaten Wonogiri). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01).
- Prihawantoro, S., Tukiyat, T., & Nuraini, A. (2019). Peranan Sektor Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Perekonomian Indonesia dengan Pendekatan Analisis Input-Output. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 9(1), 45.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2).
- Saputri, C. N., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Sikap Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang E-Wallet Shopeepay. *Journal of Management & Business*, 5(1), 153–163. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1522>
- Saraswati, T., & Widjaya, D. (2022). “Pengaruh Diskon dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 8(3), 112–120.
- Sari, A. (2022). Penerapan E-Marketing Menggunakan Model Oohdm Dan Strategi

- Marketing 7P (Studi Kasus: Sudden Inc). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(4), 80–85.
- Sari, F. C. P., Suzana, A. J., Achadi, A., Masita, T. E., & Arinastuti, A. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Purwokerto. *SEMINAR NASIONAL LPPM UMMAT*, 2, 1019–1032.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41–53.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). Manajemen pemasaran. *Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.*
- Tangkas Ageng Nugroho, Achmad Kaisi Amaro, & Muhammad Yasin. (2023). Perkembangan Industri 5.0 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 95–106. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1645>
- Tony Sitinjak, M. M. (2019). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).
- Wicaksono, A. P., Rachma, N., & ABS, M. . K. (2019). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan di Toko Distortion Merch Malang. *E-JRM e-Jurnal Riset Manajemen*, 8(18), 130–139.
- Zulkarnain, M., & Abdul, L. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 38–44.
- Ary Dwi Anjarini, Aria Mulyapradana, Aria Elshifa, & Khafidzin. (2022). PENGARUH DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MADU PADA UMKM JAMALUDDIN. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 66–77. <https://doi.org/10.55606/jimek.v1i3.154>
- Handayani, S. P. N., & Suradi. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk di Planet Distro Sragen. *Smoothing*, 16(4), 82–89.
- Saripudin, S., & Faihaputri, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus di E-commerce Jd.id). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02). <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2765>
- Suci Armanis. (2023). Pengaruh E-Wom Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang. *DINAMIKA PUBLIK : Jurnal Manajemen Dan Administrasi Bisnis*, 1(4). <https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v1i4.408>

- Kurniawan, J., & RAHARDJO, S. T. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Marketplace OLX (Studi Kasus di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Sari, F. C. P., Suzana, A. J., Achadi, A., Masita, T. E., & Arinastuti, A. (2023, April). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Purwokerto. In SEMINAR NASIONAL LPPM UMMAT (Vol. 2, pp. 1019-1032).
- Anggraini, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Iklan dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Mobile Traveloka. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Iklan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Mobile Traveloka*, 86.
- Aprialsyah, F., Purnama, N. I., Manajemen, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Muhammadiyah, U., Utara, S., & Korespondensi, P. (2024). PENGARUH DISKON DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PENGGUNAAN APLIKASI GOJEK PADA MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN HELVETIA KOTA MEDAN. *NIAGAWAN*, 13(2).
- Davis, F. . (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*.
- Delviana, A. S., Sarwoko, E., & Hidayat, C. W. (2023). Peran electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian ulang: Citra merek sebagai mediasi. *MBR (Management and Business Review)*, 7(1), 142–150.
- Ekonomi, J. R., Bisnis, D., Yani, T. E., Kuswardani, D. C., & Manajemen, J. (n.d.). 4 (3) (2021) 192-200id 2). In *Sejarah Artikel: Diterima*. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jreb>
- Fikri Alamudi, F. (n.d.). *PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN WARUNG JUMBO SECARA ONLINE SELAMA MASA PANDEMI COVID-19* Sulistyo Budi Utomo Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Handayani, S. P. N., & Suradi. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk di Planet Distro Sragen. *Smoothing*, 16(4), 82–89.
- Ismagilova, E, Dwivedi, Y K E, W. M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context*. SpringerBriefs in Business. Cham: Springer Nature. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-52459-7>
- Kotler, Philip, A. (2016). *Principles of marketing*. New York: Pearson International.
- Kurniawan, J. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Marketplace OLX. In *Skripsi*.
- NAHDLIANA, E. S. (2024). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Griya Snack Ns Att Plurahan Talun Pekalongan)*. UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.

- Nugrahanto, N. F. R., Farida, N., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh kualitas produk dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan konsumen (Studi pada konsumen Yamaha Vixion PT. Mataram Sakti Setiabudi). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 178–185.
- Poluan, J. G., Karuntu, M. M., & Lumintang, G. G. (1685). PENGARUH E-WOM DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT MEMBELI KEMBALI PRODUK KULINER PADA UMKM DI KOTA TOMOHON PROVINSI SULAWESI UTARA THE INFLUENCE OF E-WOM AND BRAND IMAGE ON THE INTEREST IN BUYING BACK CULINARY PRODUCTS FOR MSMES IN TOMOHON CITY, NORTH SULAWESI PROVINCE. *Jurnal EMBA*, 11(4), 1685–1695.
- Prastiwi, E., Djumali, D., & Widayanti, R. (2019). Analisis Standar Mutu, Diskon dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Kembali Buku Pendamping Maestro (Studi pada Sekolah Dasar di Kabupaten Wonogiri). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01).
- Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di PT. Sidomuncul Kebon Jeruk). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–15.
- Rendy Irwanto, M., & Tjipto Subroto, W. (n.d.). Pengaruh kepuasan konsumen dan promosi terhadap niat pembelian ulang konsumen shopee saat pandemi. In *Jurnal Paradigma Ekonomika* (Vol. 17, Issue 2).
- Ryansa, M., & Pradhanawati, A. (2023). STUDI PADA GENERASI Z MAHASISWA S1 UNIVERSITAS DIPONEGORO. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 12, Issue 2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Sari, F. C. P., Suzana, A. J., Achadi, A., Masita, T. E., & Arinastuti, A. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Purwokerto. *SEMINAR NASIONAL LPPM UMMAT*, 2, 1019–1032.
- Sirait, F. Y., Fitri, M., & Batubara, C. (n.d.). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Halal Kosmetik Safi. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 2023.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41–53.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wulandari, N., & Sholihin, H. (2019). Pengaruh Persepsi Keinformatifan, Harga, Kegunaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli. *Tjybyb.Ac.Cn*, 27(2), 58–66.
- Zulkarnain, M., & Abdul, L. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 38–44.