

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72–84. <https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*.
- Anisa. (2023). *Peran Persepsi Harga dan Word of Mouth terhadap Repurchase Intention UMKM Keripik Balado di Sumatera Barat*. Universitas Negeri Padang.
- Aprianti, V. (2025). Inovasi Produk sebagai Strategi Pertumbuhan. *Bhakti Karya Dan Inovatif*, 5(2).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revi). PT. Rineka Cipta.
- Arrahma, A., Abadi, M. T., Ekonomi, F., Wahid, U. I. N. K. H. A., Alamat, A., Pahlawan, J., Rowolaku, K., & Kab, K. (2023). Strategi Pemasaran: Cara Kedai Geprek Niki bisa Bertahan di Era Digital. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(3).
- Dana Kristian, A. G. (2022). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Dipademangan Jakarta Utara). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 106–115.
- Fatimah, S., Lu'lu'a, R. L., Munawaroh, A. Q., & Septi, M. (2022). Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Fesyen. *Jurnal Sahmiyya*, 1(2), 166–177.
- Firdaus, M. F., & Himawati, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 216–230. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5259>
- Fitriani, S. (2022). Analisis Faktor Demografi, Variasi Layanan Dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus Masyarakat Kota Malang). *Islamic Economic and Finance Journal*, 3(2), 489–505.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivarite dengan program SPSS. Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, M. G. (2025). *Pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang konsumen produk lokal*. Pustaka Ekonomi Nusantara.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hidayat. (2022). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan E-WOM terhadap Minat Beli Ulang Produk Olahan Singkong*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Keller, K. L. (2012). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Pearson Education.
- Khaira, N., Farhan Saputra, & Faroman Syarief. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24–30. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.350>
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed). Pearson Education, Inc.
- Lestari. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan dan Pembelian Ulang Produk Keripik Tempe*. Universitas Jember.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

- Maitriyani, Okalesa, Syukri Hadi, I. P. S. S. (2023). Analysis of Internal and External Factors That Influence Stock Price in Energy Sector Companies Listed on Idx 2017-2021. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 3(Maret), 14–30.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Marti Utari, Lailatur Rahmi, Ferizka Tiara Devani, Egga Asoka, & Zulkarnain, M. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Penjualan UMKM (Studi Kasus “OH MY PIE CROFFLE”). *Jurnal Cakrawala Akademika*, 1(2), 78–86. <https://doi.org/10.70182/jca.v1i2.3>
- Megantara, I. (2016). *Perilaku Konsumen dalam Pembelian Ulang Produk*. Alfabeta.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian pada toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1077–1086.
- Muhammad Adnan, F. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Sharia Economics*, 3(1), 68–82. <https://doi.org/10.22373/jose.v3i1.1541>
- Noviana, D., Suryadi, A., & Yuliani, E. (2025). Peran inovasi produk dalam membentuk loyalitas pelanggan dan niat beli ulang pada UMKM sektor makanan. *Jurnal Pemasaran Strategis*, 8(2), 101–115. <https://doi.org/10.26740/jps.v8i2.29876>
- Nugroho. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi dari Mulut ke Mulut terhadap Pembelian Ulang Keripik Tempe UMKM*. Universitas Brawijaya.
- Nurhayati, T. (2016). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian ulang pada produk makanan ringan*. Widya Pustaka.
- Oktaviani A. N., F. N. A.-Z. (2022). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Malang. *Journal of Management and Business*, 12(2).
- Prajanti, S. D. W., Margunani, M., Rahma, Y. A., Kristanti, N. R., & Adzim, F. (2021). Kajian Strategis Pengembangan Ekonomi Kreatif Yang Inklusif Dan Berkelanjutan Di Kota Semarang. *Jurnal Riptek*, 15(2), 86–101. <https://doi.org/10.35475/ripteck.v15i2.124>
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.189>
- Prasetyo, B. (2020). *Inovasi Produk dalam Pemasaran UMKM*. CV Rajasa Media.
- Prayuga, R. S., Lubis, H., & Nur Rahmah, D. D. (2022). Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Pada Media Elektronik Dengan Keputusan Investasi Saham Investor Saham Pemula. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1), 191. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i1.7234>
- Putri, & Sari. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada UMKM Keripik Pisang di Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Rahmawati, S. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Kesesuaian Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng C73 Karawang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 10(1), 347–359.
- Ramadhani. (2023). *Pengaruh Perceived Value dan E-WOM terhadap Repurchase Buying dengan Consumer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi*. UIN SAIZU.
- Salsabila. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, dan E-WOM terhadap Keputusan Pembelian Ulang Keripik Singkong di Bandung*. Universitas Pendidikan

Indonesia.

- Saputro, A. R. (2023). *Pengaruh Brand Image terhadap Repurchase Intention melalui Word of Mouth*. UNISSULA.
- Sari, D. K. (2021). Analisis Pengaruh Quality Function Deployment, Elastisitas Harga, dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha. *UBHARA Management Journal*, 1(November), 351–359. <http://journal.febubhara-sby.org/umj>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10 (ed.)). Pearson Prentice Hall.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). the Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba*, 10(4), 320–330.
- Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking* (2 (ed.)). Greenleaf Book Group Press.
- Sono, H., Wijayanti, R., & Lestari, P. (2024). Inovasi pengemasan dan pengolahan limbah dalam meningkatkan perceived value dan kepuasan pelanggan UMKM makanan ringan. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 9(1), 22–35. <https://doi.org/10.25010/jik.v9i1.23456>
- Sualang D., B. A.-S. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, *Word of Mouth*, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM. *Jurnal EMBA*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019). Buku sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Syafrida. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Inovasi Produk, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Ulang UMKM Makanan Ringan di Medan*. Universitas Sumatera Utara.
- Tamba, R. S., & Nurfadillah, S. (2023). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Home Industri Sepatu Di Balaraja Tangerang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 119–128.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Andi.
- Untari Ningsih, D. H., Santoso, D. B., Mariana, N., & Saefurrohman, S. (2022). Model Strategi Edumarketplace Selasarkaryakriya Dengan Pendekatan Integrated Marketing Communication. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 11(3), 415–422. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i3.1505>
- Wiguna, A. M., & Dirgantara, I. M. B. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Kepercayaan Pelanggan Muslim, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Mengunjungi Website Kembali Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Customer Shopee di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4582. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11414>