

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, H., & Zahara, Z. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Thaitea Threetalk. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako ...*, 9(2), 90–96.
<http://www.jimutuntad.com/index.php/jimut/article/view/321%0Ahttp://www.jimutuntad.com/index.php/jimut/article/viewFile/321/307>
- Alam, I. K., & Sarpan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Ulang Mazaya Dekoratif Dan Skincare Pada Toko Tangga Mas Tambun. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 284–291. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2377>
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *International Journal of ...*, 8(2), 1440–1449. https://www.academia.edu/download/66600386/IJM_12_03_007.pdf
- Anugrah, W., & Irda. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta)*. 2–3.
- Arifi, M. W. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pakaian Wanita the Executive Di Surabaya. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*, 1–17.
<http://eprints.perbanas.ac.id/id/eprint/2395>
- Aryani, F., Hardiyana, A., Satria, R. O., & Nurhadian, A. F. (2022). Pengaruh Kompetensi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai. *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(2), 158–163.
<https://doi.org/10.55208/aj.v2i2.48>
- Aryanto, U. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 1, 32–41.
- Darma, Y. (2019). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang. *Rabit : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 1(1), 2019. http://www.ghbook.ir/index.php?name=فرهنگ و رسانه های نوین&option=com_dbook&task=readonline&book_id=13650&page=73&chkhask=ED9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component%0Ahttp://www.albayan.ae%0Ahttps://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&q=APLIKAS

I+PENGENA

- Deliana, N. (2022). Pengaruh Kualitas Website dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Shopee. 2005–2003, 8.5.2017, 7787.
- Fadiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *ECOBUSS : Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 21–42.
- Faizal, A. (2022). *Kenali 5 Jenis Beras Putih di Indonesia. Manakah yang sering Kalian Konsumsi*. Nasional.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/11/22/kenali-5-jenis-beras-putih-di-indonesia-manakah-yang-sering-kalian-konsumsi>
- Fajar, A. (2023). *Kepuasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Industri Kecil Menengah (IKM) Bitata Food Di Kota Banda Aceh Disusun Oleh : Akhlaul Fajar Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Unoversitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam - Banda Aceh 2023 M / 1444 H*.
- Farida, F., & Wiryani, E. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Serum Scarlett Whitening. *Management and Accounting Expose*, 6(1), 10–19.
<https://doi.org/10.36441/mae.v6i1.1153>
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 177–186. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4228>
- Fauziah, M. (2023). *Analisis Perbandingan Mekanisme Impeachment Kementerian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri (Iain) Syekh Nurjati Cirebon 1444 H / 2023 M*.
- Febriani, E. (2023). *Pengaruh desain produk, harga, dan daya tarik promosi media sosial instagram terhadap minat beli ulang produk sepatu aerostreet*.
- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71–82.

<https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880>

- Gusti Ayu Rita Devi Marchela Ni Wayan Eka Mitariani, I. G. A. I. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kosmetik Make Over. *Jurnal Emas*, 3, 226–235.
- Hidayanti, I., & Fahri, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Asin di Kota Padang. 2(2), 240–258.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Indriyo Gitosudarmo. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: IKAPI. 2014. h.272. 15 1. 15–57. [http://eprints.walisongo.ac.id/7148/3/BAB II.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/7148/3/BAB%20II.pdf)
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>
- Karochi, L. (2018). *Analisis harga dan kualitas beras terhadap permintaan konsumen di pasar pa'baeng -baeng*.
- Kasinem. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Penataan Barang terhadap Minat Pembelian Ulang pada Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi. *Jurnal Ekonomika*, 15(1).
- Khasanah, R., & Habib, M. A. F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Inovasi Rasaterhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Toko Hachidonut Mojokerto. *EKONOMIKA: Manajemen, Akuntansi dan Perbankan Syari'ah*, 12(1), 78–91.
- Khotimah, K., Pawirosumarto, S., Sari, S., Fitria, L., Yani, A., Rafky, R., & Oktarina, Y. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Pemasaran Online, Citra Merek dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan. 5(1), 28–38.
- Kurniawan, N. F., Henry, D., & Pranoto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Chatime Di Pakuwon Mall Surabaya. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up*

Bisnis, 7(5), 565–574.

- Lestari, S. (2022). Analisis Determinasi Implementasi Sistem Informasi Akuntansi pada UKM Banyumas Menggunakan Pendekatan Theory Of Planned Behaviour. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.
- 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>
- Manalu, B., & Santa Cara, M. A. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Citra Merek Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Shopee Di Kota Medan. 2015, 1–239.
- Manik, C. D. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT.Astra Internasional, Tbk Toyota Auto 2000 Bumi Serpong Damai. *Niagawan*, 10(1), 36. <https://doi.org/10.24114/niaga.v10i1.20179>
- Manullang, N. F. (2023). Pengaruh Direct Marketing, Product Quality Dan Customer Satisfaction Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing TikTok (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
- Markus. (2022). Kualitas Produk dan Penataan Barang Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Minimarket. 4, 7787(8.5.2017), 2005–2003.
- Mashithoh Azzahra, D., Amir, A., & Hodijah, S. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi impor beras di Indonesia Tahun 2001-2019. *E-Journal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 9(3), 181–192.
<https://doi.org/10.22437/pim.v9i3.14642>
- Melisa, N. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan Elektronik Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus Konsumen Pizza Hut Indonesia Jabodetabek).
- Miqdad, D. M., Nuringwahyu, S., & ... (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Pada Pelanggan Go-Ride Di Kota Madya Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu ...)*, 77–86.

- <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/6812>
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli ulang. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 654–661.
<https://doi.org/10.30872/jmmn.v13i4.10161>
- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli ulang produk skincare MS Glow di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 140–148.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Prospek/article/view/58952>
- Nadia, L. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Kain Batik Labako UD. Bintang Timur Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. *Digital Repository Universitas Jember*.
- Nadia, N. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk PT. Carvil Abadi Yang DI mediasi Oleh Loyalitas Konsumen*.
- Natasya, S. (2020). *Peran brand image memediasi pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang (repurchase intention) di kfc setiabudi-srondol kota semarang*. 41.
- Nurfitriana, S., & Iriani, F. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Sebatik*, 22(2), 56–63. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v22i2.308>
- Nursalam. (2016). Landasan teori tentang beras. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 473–474. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Purnomo, A. N., & Wijaksana, T. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bbq Mountain Boys Burger Bandung. *E-Proceeding of Management*, 9(1), 36–42.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Performa*, 1(2), 162–170.

- Putri, P. K. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Starbucks Rawamangun Jakarta). *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value*, 4(3), 1651–1667.
- Rizal Nur Qudus, M., & Sri Amelia, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Minat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Bang Dava. *International Journal Administration Business and Organization*, 3(2), 20–31. <https://doi.org/10.61242/ijabo.22.207>
- Santoso, R., Fuadah, A., Iryanto, R. K., Aini, N., & Sahara, S. (2023). Pengaruh Ongkos Kirim dan Harga terhadap Perilaku Konsumen dalam Melakukan Pembelian Ulang pada Marketplace Shopee. *Jurnal Simki Economic*, 6(1), 257–268. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i1.349>
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 32–38. <https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium/article/view/55>
- Sari, Y. P., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap keputusan Pembelian Ulang Produk Ms Glow (Studi Pada Konsumen Ms Glow Tenggarong) the Influence of Product Quality, Price and Brand Image on the Decision To Repurchase of Ms Glow Products (Study on M. *Jurnal Ilmu Sosial MAHAKAM*, 11(2), 2023.
- Shabrina, S. A., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475–481. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28771>
- Sylvani, A. B. (2023). *Upaya Meningkatkan Minat Beli Ulang Produk Kosmetik Wardah Melalui Fashion Lifestyle Dan Label Halal Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.*
- Tambah, D. (2017). *Aplikasi Theory Of Planned Behaviour Untuk memprediksi Perilaku Mhasiswa Membeli Laptop Lenovo.* 115–141.

Widhi, K. A., & Zahra, P. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Winata, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 25–32.

<https://journals.synthesispublication.org/index.php/Ilman/article/view/200>

Yasa, P. K. H. (2023). *Pengaruh Kualitas Situs Website, Kepercayaan Konsumen, Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Di Situs Jual Beli Online OLX*. 1850, 1–2.

