

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Aisya, Sitti, Eliza, S., Fatma, F., & Zainuddin, M. A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu. *Urnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 57–74.
- Amanatun, & Nafiah. (2022). Implementasi Hidden Curriculum Terhadap Pembinaan Karakter Religius Peserta Didik Mts Muhammadiyah Metro Lampung. *Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Metro*.
- Amin, L. S. A. (2023). Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Produk Winmilk di Kota Cimahi, Indonesia. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(1), 63–74. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.236>
- Ananda, R., & Fadhli, M. (2018). *Statistik Pendidikan Teori Dan Praktik Dalam Pendidikan* (M. S. Syarbaini Saleh, S.Sos, ed.). Medan: CV. Widya Puspita.
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155–166.
- Arieantony, & Matusin, I. O. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Purchase Intention: Dimoderasi Brand Equity. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3713–3722.
- Arsyanti, N. M., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online Shopastelle, Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 5, 1–11.
- Artanto, H., & Nurdiyansyah, F. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Journal of*

Information Technology and Computer Science (JOINTECS), 1(2).

- Arum, Nia, T., & Irhandayaningsih., A. (2020). Pengolahan arsip dinamis inaktif dalam upaya mendukung layanan informasi di Dinas Perpustakaan Dan Arsip Kabupaten Batang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 246–255.
- Aulia, A. A., & Herawati, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 20(2).
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6, 3.
- Bangun, Sriliasta, C., & Purnama, S. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89–98.
- Chandra, Aria, R., & Irwansyah, I. (2023). Pengembangan Kualitas Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Produk Home Industry Madu Lebah Kelulut “Nano Alami.” *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 12(3), 54–61.
- Arif Rachman, drg., SH., MH., MM., Mt. H., Sp.Pros., CIQnR., Ciq., Dr.(Cand)E. Yochanan., SKM., Skep., MM., M., PIA., K., Dr. Ir. Andi Ilham Samanlangi, S.T., M. ., & Hery Purnomo, S.E., M. M. (2024). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *CV Saba Jaya Publisher*.
- Ernanto, Y. E., & Febry, T. (2022). Pengaruh Implementasi Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Pada Kafe Kisah Kita Ngopi. *Konsumen & Konsumsi : Jurnal Manajemen*, 1(2), 107–128.
- ES, D. P., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1, 1–17.
- Farisi, S. Al, Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Dinamika*

Ekonomi Syariah, 9, 77.

- Ferdiansah, R. (2023). Model Peningkatan Repurchase Intention Berbasis Digital Marketing, Product Quality Dan Customer Satisfaction (Studi pada Konsumen Produk Kosmetik Sariayu di Kota Semarang). *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung*.
- Fitriyah, F. (2016). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Tahu Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Universum*, 10(2), 165–176.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hadion Wijoyo, Denok Sunarsi, dan I. I. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi* (Vol. 5).
- Harita, H. T. S., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Tiktok (Studi pada pengguna aplikasi Tiktok di Kota Medan). *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital, Volume 1*(2), 171–184. Retrieved from <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/JEKOMBITAL>
- Hartini, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 197–206.
- Hidayah, N. (2018). Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Membantu Penjualan Living Space Dan Efo Store. *Artikel Prodi Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya*, 1–2.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. . (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31.
- Hikami, M. I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Clothing Bandung. *Doctoral Dissertation, Program Studi SI Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Widyatama*.

- Hilda, N. A. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto). *Doctoral Dissertation, IAIN Purwokerto*.
- Janna, N. M., & Herianto, M. P. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. *Artikel Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar*.
- Kurnia, M. R., Djumali, D., & Istiqomah, I. (2017). Pengaruh merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian peralatan olahraga tenis meja oke sport di kecamatan wonosari. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 24(1).
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6, 33–39.
- Lestari, N. I., & Iswati, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Ukm Dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Akuntansi Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6, 24–40.
- Manongko, & Allen. (2018). Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior). In *Manado: Yayasan Makaria*.
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Program Studi Manajemen, Fakultas, Ekonomi, Universitas Tidar*, 1–16.
- Meitiana. (2017). Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1), 16. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1762>
- Mesy. (2022). Strategi Integrated Marketing Communication Pada Warkop Sukur Coffe N Tea Di Kota Palopo. *Artikel Progam Study Manajemen Bisnis Syariah*.
- Mustofa, I., & Nurfadillah, M. (2021). Analisis Pengaruh Price Ratio dan Earning Per Share terhadap Return Saham pada Sub Sektor Property and Real Estate yang Terdaftar di BEI. *Borneo Student Research*, 2(2).

- Nasrudin, & Juhana. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan: Buku ajar praktis cara membuat penelitian. In *Pantera Publishing*.
- Nenobais, & Imanuel, D. (2021). Peran Media Sosial Instagram Untuk Menarik Minat Pengunjung (di Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang). *Doctoral Dissertation, STIE Malangkucecwara*.
- Nirmala, D. S., Nafiqoh, A., Manjasari, P. V., Maharani, E. J., Ningsih, K. D., & Kuswadi. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Konsumen (Studu Pada PKM Taxain.aja). *Ekmoni, Manajemen Bisnis Dan Sosial (EMBISS)*, 4, 1–8.
- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62–79. <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i2.14>
- Pratiwi, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Harga, dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa Ungaran). *Artikel Unifersitas Sultan Agung Semarang, Fakultas Ekonomi*.
- Purnamawati, Ari, N. L., Mitariani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli ulang di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, badung. *Values*, 1(3).
- Puspasari, H., & Puspita, W. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13, 65–71.
- Putra, Akbar, F., Soraya, S., Lestari, P., & Awaru, A. O. T. (2023). Pengaruh Gadget Dalam Proses Pembelajaran di Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 4(11), 1234–1241.
- Qudus, M. R. N., & Amelia, N. S. (2022). The Influence of Product Quality, Service Quality, and Prices on Consumer Repurchase Intention at Ayam

- Bang Dava Restaurant Gegerkalong, Bandung. *International Journal Administration, Business and Organization*, 3, 1–12.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Ramadhania, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Digital Marketing Terhadap Minat Beli Ulang (Survei Pada Konsumen Toko Dyfa Kosmetik Bandung). *Artikel PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG*.
- Rifqiyyah, S., & Surianto, M. A. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan pada Keputusan Pembelian Ulang Pada Coffee Shop Waktu Kopi PPS. *Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4.
- Rijal, & Fikri. (2024). Harga Dan Kualitas Produk Mainan Jakarta Toys Kota Meulaboh: Penetapan Harga dan Kualitas Produk Mainan Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis Islam*, 3(2), 80–95.
- Rustamana, A., Wahyuningsih, P., Azka, M. F., & Wahyu, P. (2024). Penelitian Metode Kuantitatif. *Sindoro Cendikia Pendidikan*, 5(6), 1–10.
- Safira, M. (2023). Praktik Perilaku Menyimpang pada Promosi Minuman Kopi Melalui Media Sosial (Suatu Analisis Terhadap Keberadaan Unsur Gharar). *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*.
- Santi, E. R., & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'licious). *Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4, 47–56.
- Sari, Hamidah, O., Rukmana, A. Y., Munizu, Mu., Novel, N. J. A., Salam, M. F., ... Purbasari, R. (2023). DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi

Pemasaran Digital. In *PT. Sonpedia Publishing Indonesia*.

- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Bisnis Dan Masnajemen*, 6, 107–116.
- Sari, R. K., Yulisetiari, D., & Sudaryanto. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Bisnis Dan Manajemen*, 10, 115–126.
- Setiawardani, Maya, & Riyanto, T. A. (2023). Peningkatan Minat Beli Ulang melalui E-Service Quality. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 9(1), 49–60.
- Sinambela, Putra, R. Y., & DS, A. H. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ulang konsumen (Studi pada Portobello Café Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 231–240.
- Solikhah, S. A., Fradani, A. C., & Indriani, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Toko Shaga Collection. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 122–134.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2018). Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D. In *Alfabeta. Bandung*.
- Syahputra, Andrean, Ervina, E., & Melisa, M. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 183–198.
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439.

- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.
- Utami, & Sri. (2019). Pengaruh Motivasi Dan Pelatihan Program Kelompok Usaha Bersama Pada Pelaku Usaha Kecil Menengah Dalam Menangani Tingkat Kemiskinan Di Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo. *Doctoral Dissertation, Universitas Panca Marga Probolinggo*.
- Widiawati, Kristiana, & Yuliani, T. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Google Bisnisku Dengan SEO Untuk Meningkatkan Penjualan Spandek. *Jurnal Administrasi Kantor*, 10(2), 276–294.
- Wijaya, Candra, Duwiska, E. J., Khodijah, S., Dalimunthe, A. F. H., Ramadhani, M. R., ... Rambe, F. (2022). Peranan Komunikasi Organisasi bagi Kepemimpinan Organisasi di MTs Al-Ikhlas Sidodadi Ramunia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(02), 13737–13747.
- Wijaya, L. S. T., Fridayani, J. A., & Maridjo, H. (2024). Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan di Yogyakarta. *Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12, 35–36.
- Wisudaningsih, Arna, B., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda. *Statmen: Jurnal Statistika Dan Matematika*, 1(1), 103–116.
- Wulandari, R. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Study Pada Konsumen Kayu Watu Food Court N Cafe Metro). *Artikel Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Yudha, B. M. S. H. (2019). Kajian Komparatif Keefektifan Penggunaan Search Engine Optimization dan Search Engine Marketing Dalam Mendorong Penjualan. *Jurnal Manajemen: Untuk Ilmu Ekonomi Dan Perpustakaan*,

5(1).

Yusmaniarti, Yusmaniarti, Sauma, A., Khair, U., Marini, M., & Ratnawili, R. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Solvabilitas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Indonesia Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 145–160.

Zaharatunnisa, R., & Surjani, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Jasa Pengiriman Barang: Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman Anteraja. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 9(2), 88–99.

Zahra, S. (2022). Defenisi, Kriteria Dan Konsep Umkm. *Arikel Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar*, 1–16.

Zakariah, Askari, M., Afriani, V., & Zakariah, K. M. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.