

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, M., Hidayat, A., Guntara, D., & Targana, T. (2025). Sosialisasi Dampak Upah Minimum terhadap Kesejahteraan Pekerja Informal di Kab. Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, 5(4), 652-663.
- Aditya, G., Ristanto, H., Kusmanto, K., & Rubiyati, R. (2022). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Rocket Chicken Karangjati). *Jurnal Bingkai Ekonomi (JBE)*, 7(2), 1-15.
- Algazali, M., Dharmayanti, D., & Setyadi, Y. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang/*Repurchase Intention*:(Studi Kasus Toko Sembako Albaros Solok). *Journal of Economics and Business UBS*, 13(2), 459-476.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85-94.
- Chalik, D., Mulana, H. F., & Fida, W. N. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Umbati Coffee Di Media Sosial Instagram Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen. *Jurnal Audiens*, 5(2), 290-301.
- Christian, A. S. S. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Merek Perusahaan, Kesadaran Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 2(8), 766-779.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik*, 9(1), 104-112.
- Darma, Y. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(4), 133-138.
- Darmawan, D. (2020). Pengaruh Citra Toko, Lokasi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 17-24.
- Dimas, M., Ubaidillah, U., Rizky, V., Rofi, A., & Dutahatmaja, A. (2024). Dampak Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Pada Parfum Toyka. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 6(3), 61-70.
- Diakses pada 28 November 2024. Pukul 18.20 dari <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDYjMg==/inflasi-bulanan-tujuh-kota--y-on-y---persen-.html>
- Diakses pada 31 Januari 2025. Pukul 08.00 dari <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDYjMg==/inflasi-bulanan-tujuh-kota--y-on-y---persen-.html>
- Diakses pada 28 November 2024. Pukul 18.20 dari

<https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/3/V1ZKMWVrSTNOek5ZZUZOcVZEZGFValJvV0hWalFUMDkjMw==/rata-rata-pengeluaran-per-kapita-sebulan-makanan-dan-bukan-makanan-di-daerah-perkotaan-dan-perdesaan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-barat--rupiah---2023.html?year=2023>

Diakses pada 12 Februari 2025. Pukul 21.20

<https://cirebonkota.bps.go.id/id/statistics-table/1/OTA3NiMx/rata-rata-pengeluaran-per-kapita-sebulan-menurut-kelompok-komoditas-penduduk-kota-cirebon--rupiah---2023-2024.html>

- Farina, D., Candra, R., & Irawan, Y. (2021). Pengaruh Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Daya Beli Konsumen Barang Elektronik Di Pasar Batusangkar. *Jurnal Al-Ittifaq: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 83-96.
- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790-800.
- Fa'al Akbar, N., & Nurcholis, L. (2020). Pengaruh lokasi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*.
- Fitri, S., Nasution, Z., & Simanjuntak, D. (2022). Pengaruh Harga, Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko khanza Aeknabara. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 6(3), 408-417.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro. Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(2), 1470.
- Herosian, M. Y., & Samvara, M. A. (2020). The Effect Of The Use Of Digital Marketing And The Ease Of Access Of Online Shopping Application Services In Improving Purchasing Power Of The Community Of The Medan City In The Era Revolution Of The Marketing Industry 4.0. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 10-26.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Jatlan, N. R., Zahidah, F. K., Muhtadien, A. Z., & Purnamasari, P. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa (Studi Kasus Generasi Milenial & Generasi Z di Kabupaten Bekasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 3893-3902.

- Kartika, N. K. R. D., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Starbucks Denpasar. *Emas*, 4(1), 22-31.
- Khamdan, R. I. (2023). Kepuasan konsumen. *Pengaruh Pengalaman, Pengetahuan Dan Keterampilan Auditor Terhadap Kualitas Audit*.
- Kusumawardhani, Z. N., Muhammadin, A., Koesriwulandari, K., Faried, A. I., Hastin, M., Gaffar, M. I., ... & Ramlah, P. (2023). *Teori Dasar Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91-110.
- 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.
- Mawaddah, M., Rahayu, D., Rahmasari, S., & Dutahatmaja, A. (2024). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Berulang: Produk, Harga, Promosi, Dan Layanan (Literature Review Perilaku Konsumen). *Pus. Penelit. ilmu Manaj. dan bisnis*, 2(3).
- Nurjannah et.al. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Costumer Satisfaction terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Makanan di Kabupaten Luwu Timur. *Seminar Nasional FMI 2025 Batam*. 3(58), 766-781.
- Nurlia, L. (2021). Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pengunjung di minimarket menggunakan metode regresi linier. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 3(1), 1-12.
- Nurkariani, N. L. (2022). Pentingnya Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Artha Satya Dharma*, 15(1), 27-32.
- 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), 469-478.
- Prasetyani, E., & Novitasari, S. (2019). Penurunan Daya Beli Di Indonesia Periode 2012-2017 Dan Dampaknya Terhadap Harga Saham Perusahaan Ritel Go Publik. *Majalah Ilmiah Bijak*, 16(1), 30-37.
- Putra, B. A., & Rahardjo, S. T. (2022). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Retensi Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bengkel Alex Ac Mobil Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6).

- Putri, A. M., Hidayat, M. S., & Kasnowo, K. (2025). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TELER UMMA-UMMI* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Majapahit Mojokerto).
- Qudus, M. R. N., & Amelia, N. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Minat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Bang Dava. *International Journal Administration, Business & Organization*, 3(2), 20- 31.
- Ramadhan, M. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Daya Beli Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(08), 1079–1084.
- Rusnovia, H., & Aryani, L. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 1-13.
- Rohmah, H. N. (2019). Pengaruh Modal, Sikap Kewirausahaan, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Boja Kabupaten Kendal. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 32-38.
- Simanjorang, E. F. S., & Chindi, C. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM (Studi Pada Toko Perabot Alumunium æSASæ Rantauprapat). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 102-115.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, K., Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., ... & Lestari, H. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Wardhana, A. (2024). Perilaku konsumen di era digital. *Purbalingga: Eureka Media Aksara*.
- Wijaya, D., Purwatiningsih, P., Sopyan, S., & Iwan, I. (2024). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Simki Economic*, 7(2), 400-407.
- Winoto, T. F. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*.
- Wibowo, T. S., Asir, M., Anwar, M. A., Herdiyanti, H., & Wijaya, E. (2022). Efektifitas Strategi Penetapan Harga Produk Barang pada Daya Beli

Konsumen: Studi Literature. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(5), 2987-2996.

Wijayanthi, N. P. P. A., & Goca, I. G. P. A. W. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap *Repurchase Intention* di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 102-116.

