

DAFTAR PUSAKA

- Ali Hasan. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Indonesia Indovisi Institute, I(Iii)*, 83–104.
- Fandy, T. (2016). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Lestari, B. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Mardalis. (2008). *Metodologi Peneitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Mu'ifah, A. N., & Patarianto, P. B. S. P. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA BUTIK NARA GALERY DI KUREKSARI Altriya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Muhammad Albi. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Belanja Online X*. 2(3), 6.
- Mutami, & Hermani, A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Taksi Kosti Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(5), 105–112. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php>
- Nunung. (2017). *PENGARUH KUALITAS BARANG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA 'OWNER SHE BOUTIQUE' PANGKEP*. 1–14.
- Peburiyanti, D., & Sabran, S. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(1), 29–39. <https://doi.org/10.53640/jemi.v20i1.771>
- Purboyo, Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S., Wardhana, A., Kartika, R. D., Erwin, Hilal, N., Syamsuri, Siahainenia, S., & Marlana, N.

- (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*.
- Rahmawati, D. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*(Survei Pada Konsumen *Marakez Café di Surakarta*). 20(1), 86–97.
- Ramli. (2011). *Skala pengukuran dan instrumen penelitian*.
- Sangadji, S. (2017). Perilaku Konsumen. *Himpunan Jurnal Penelitian*, 188 - 189.
- Santoso. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukowati, I. (2021). *PENGARUH PRICE DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP MINAT BELI PRODUK FARLY SHOP DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Pada Farly Shop Kotagajah Kabupaten Lampung Tengah)*. 6.
- Tjiptono, A. (2018). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utama, aditia edy. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG Studi Kasus pada Legend Coffee Yogyakarta*. 1–14.
- Wasesa, S. A. (2016). Political Branding & Public Relations: Saatnya Kampanye Sehat. In *Hemat dan Bermartabat*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Gramedia Pustaka Utama.