

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Andi.
- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Adriany, V. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa Gejek Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Karyawan Berkantor Di Wilayah Jl. T.B Simatupang Jakarta). *Commerce Jurnal Ilmiah Politeknik Piksi Input Serang*, 6(1), 63–82.
- Alia, N. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK LATIKA BEAUTYCARE BOGOR*.
- Andika, R., Kusnadi, E., & Wiryaningtyas, D. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Sembako Barokah Dibesuki Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(4), 692. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i4.2055>
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99–108. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Armelly, A., Rusdi, M., & Pasaribu, E. (2021). Analisis sektor unggulan perekonomian Indonesia: Model input-output. *Sorot*, 16(2), 119. <https://doi.org/10.31258/sorot.16.2.119-134>
- Assael, H. (2001). *Consumer Behavior and Marketing Action* (6th ed.). Thomson Learning.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Rajawali.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Siaran Pers BPS- Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2023*. 13, 1–16. <https://webapi.bps.go.id/download.php?f=wHadzN7Q92WQHQ/6gz2yPadM VyWmVqevG09bK1BcHgPksnO5JTmfvyqlgVMjlvowBHL/suXWaPpk8vn PGhCZbefmh4t5KJhIZfwnn1wqTje1UCRRiVtU18FtPkDaWz+G1z4IfeZFIItTxU+amKP8U9e0c0zn3hPmaltajeacr4rMq+OVaVZqlyg77R82MuOdAAks p9kMvvkX8GCqoWSByX3P>

- Bank Indonesia. (2023). *Laporan perekonomian Indonesia: Sinergi memperkuat ketahanan dan kebangkitan ekonomi nasional*.
- BPS Kabupaten Ponorogo. (2023). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Ponorogo Tahun 2022*. <https://ponorogokab.bps.go.id/>
- Carolin, A. (2019). ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP BUYING DECISION SERTA DAMPAKNYA PADA SATISFACTION (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Rossa Beauty Di Kota Pontianak). *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*. <https://doi.org/10.26418/ejme.v8i1.38283>
- Chasanah, U., & Fauzan, M. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Program Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Berkelanjutan. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.32477/jrm.v8i1.243>
- Cooper, D. R., & Emory, W. C. (1997). *Metode Penelitian Bisnis*. Erlangga.
- Dinawan, M. R. (2010). *ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN*. Universitas Diponegoro.
- Endang, A., & Napitulu, E. V. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Scarlett Whitening di Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), 609–618.
- Emzir. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif* (P. R. Pers (ed.)).
- Febriansyah, F., & Triputra, G. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(1), 70–88. <https://doi.org/10.30873/jbd.v7i1.2618>
- Frans Andreas, Y., & Alfatera Unpapar, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Cita Rasa Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(10), 1816–1826. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i10.440>
- Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M. C. (2000). *Structural equation modeling and regression: Guidelines for research practice. Communication of the Association for Informations Systems*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>

- Hanum, K. Z., Febriyantoro, M. T., Zulkifli, Z., Suleman, D., Saputra, F., & Suyoto, Y. T. (2022). The influence of promotion, product image, and product quality on repurchasing decisions of Chatime products (Case study on Chatime consumers in South Tangerang City). *Priviet Social Sciences Journal*, 2(4), 25–30. <https://doi.org/10.55942/pssj.v2i4.178>
- Hawkins, D. I. (2010). *Consumen Behavior: Building Marketing Strategy* (Irwin (ed.); 11th ed.). McGraw-Hill.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran* (1st ed.). Erlangga.
- Imtihan, I., & Irwandi, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ikan Asin Di Kota Padang. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 16(1), 75. <https://doi.org/10.15578/jsekp.v16i1.8534>
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (E. M. Komputindo (ed.)).
- Kasmir. (2017). *Customer services excellent: teori dan praktik* (1st ed.). PT. RajaGrafindo Persada.
- Kerlinger, F. N. (1973). *Review of research in education*. F. E. Peacock.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2012). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 2.0 M3*. Daftar Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Liennt, K., Pradiani, T., & Handoko, Y. (2024). *Analysis of the Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Repurchase Decisions for Dummy Cake ( Case Study Transacting on Tokopedia ) Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pelanggan Produk Dummy Cake Melalui Kepuasan Pada United Foam ( Stu. 7, 5767–5779*.
- Mulyani. (2021). *Metodologi Penelitian*.
- Murdani, N. K., Ardani, N. W., & Pradnya Prayoga, K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Kartu Perdana Telkomsel. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(1), 97–105. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i1.6>
- Musa Saleh, H. G., Pradana, M., Rubiyanti, N., & Silvianita, A. (2023). *The Effect of Service Quality and Brand Image on Lazada Repurchase Decision (A Case*

*Study of International Students in Bandung*). 1–12.  
<https://doi.org/10.46254/af03.20220167>

- N. Islamia, H. P. (2022). *Keywords : Product Quality, Price, Promotion, Repurchase Decision*. 2(3), 332–341.
- Nainggolan, A. P., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2024). Effect of service quality, price, and brand image on repurchase intention with customer satisfaction as an intervening variable. *Journal of Business Management and Economic Development*, 2(02), 828–835. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v2i02.772>
- Noviandra, W. (2018). *Analisis pengaruh promosi, harga, kepuasan pelanggan dan citra merk terhadap keputusan pembelian ulang pada lapak belanja online*.
- Nugraha, I. M., & Ph, Y. S. (2016). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN INTERVENING*. 5, 1–8.
- Pasaribu, A. (1975). *Pengantar Statistik*. Ghalia Indonesia.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods (2nd ed.)*. Sage Publication, Inc.
- Peter, J. P., & Olson, Jerry C. (n.d.). *Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid 1 (4th ed.)*. Erlangga.
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 86–104. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.336>
- Prameswari, C. (2017). *PENGARUH HARGA DAN CITRA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI MATAHARI DEPARTMENT STORE MALANG TOWN SQUARE*.
- Prasetyo, T., & Bodroastuti, T. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen*. <https://media.neliti.com/media/publications/102912-ID-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-perilaku.pdf>
- Prayoni, I. A., & Respati, N. N. R. (2020). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(4), 1379. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i04.p08>
- Putri, M. A., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 211–219.
- Rahayu Tri Astuti, S. (2013). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang)*. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–11. <http://ejournal->

s1.undip.ac.id/index.php/djom

- Riyanto, S., & Taufiq, A. R. (2023). *The Influence of Promotion , Price , Service Quality on Customer Satisfaction and Repurchase Decisions at Alfamart and Indomaret ( Study at Alfamart and Indomaret in Banjar City )*. 14(6), 484–489.
- Sabda Puta Mediti, O. C. M. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1290. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1290-1300>
- Saladin. (2014). *Manajemen pemasaran : analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian*. Lindakarya.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. (2017). *Partial Least Square Structural Equation Modeling*. Springer.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior* (8th ed.). Pearson Prentice.
- Sianturi, C. I., Rini, E. S., Sembiring, B. K. F., & ... (2019). The Influence of Service Quality and Promotion on Consumers' Repurchase Decision with Shopping Life Style as a Variable Moderating at Franchise .... *Int. J. Res. Rev*, 6(December 2020), 32–39.
- Sofya, D. N., & Purwanto, S. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang “Slai O’lai.” *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(3), 28. <https://doi.org/10.32503/jmk.v6i3.1871>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiono, A. B. (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap*. Universitas Diponegoro.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Edisi pertama*. Graha Ilmu.
- Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 2(01), 21–25. <https://doi.org/10.59422/lbm.v2i01.162>
- Sutrisno, H. (1991). *Metodologi Research*. Andi Offset.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2015). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* (1st ed.). BPFE.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa* (A. Offset (ed.)).
- Tjiptono, F. (2015). *Srategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.

- Top, C., & Hilal, D. (2019). *IMPACT OF PRODUCT AND SERVICE QUALITY OF GATED COMMUNITIES ON THE REPURCHASE INTENTIONS: CASE STUDY IN KURDISTAN REGION OF IRAQ* *International Journal of Economics, Commerce and Management* *IMPACT OF PRODUCT AND SERVICE QUALITY OF GATED COMMUNITIES ON THE R. VII(6)*, 505–515. <http://ijecm.co.uk/>
- Wahyudi, Y. H., Kristanti, D., & Nurbambang, R. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri. *Riset Bisnis Ekonomi*, *1(1)*, 48–67. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/risk/article/view/1389/1278>
- Wardani, I. Y., Ruspitasari, W. D., & Handoko, Y. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada 200 Cafe And Food. *Jubis*, *3(2)*.
- Winata, E. (2020). *Jurnal Ilman : Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel ( Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan )*. *8(2)*, 25–32.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & PLS 2.0*. Percetakan STIM YKPM.
- Yunila, Y., Pariam, M., & Apriani, N. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Mbakoy Coffee Unaaha. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, *10(2)*, 103–108. <https://doi.org/10.24127/pro.v10i2.6563>
- Zulkarnain, M. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, *3(1)*, 38–44. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.198>