

DAFTAR PUSTAKA

- . M., & Rusimamto, P. (2015). Pengembangan Media Pembelajaran Multimedia Interaktif Berbantuan Software Lectora Inspire Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Pada Mata Pelajaran Teknik Listrik Di Smk Negeri 2 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Teknik Elektro*, 5(1), 107–114.
- . N. R., . O. S. T., & . H. S. (2019). Brand awareness as predictors of repurchase intention: Brand attitude as a moderator. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 6(2), 541–554. <https://doi.org/10.14738/assrj.62.6264>
- 2017, jurnal dunia kesmas volume 6. N. 3. J. (2017). No Title השקייית של השפעות. *אפורים במים גינות*. *השקיייה מים*, 549, 40–42.
- AISYAH, L., & ROHAYATI, S. (2018). Pengembangan Lembar Kegiatan Peserta Didik (Lkpd) Akuntansi Perusahaan Dagang Berbasis Problem Based Learning Pada Kelas Xi Akuntansi Di Smk Negeri 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 6(1).
- alimah Nur Alifia¹, Dr.Ir.Harrie Lutfie, S.E, M. M. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos Kaki Pada Pt. Soka Cipta Niaga Pada Tahun 2018. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(2), 388–395.
- Amelia, A. S. (2016). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Amelia, A. S. (2016). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffe Time Kopo Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 31(1), 7–15.
- Amelia, A. S. (2016). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffe Time Kopo . *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 31(1), 7–15.

- Angela A. (2018). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *New England Journal of Medicine*, 372(2), 2499–2508.
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065><http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507><http://dx.doi.org/10.1016/j.humphath.2017.05.005><https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>
- Anggraini, A. R., & Oliver, J. (2019). Minat Beli Ulang Handphone Evercoss Di Pusat Perbelanjaan Handphone Wtc Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Arfiandi, R. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Atribut Produk, dan Sikap Terhadap bundling Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.
- Arniza Nilawati. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Oucuk Harum Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univertas Muhammadiyah Palembang. 430.
- Ashari, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion. 16–45.
- Carolina, F. A. (2017). Analisis Penerimaan Pengguna Sistem Informasu Akuntansi Dalam Perspektif Teknologi Acceptance Model. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan

- Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Dewi, nia safitri, & Prabowo, rokh eddy. (2018). "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding SENDI_U 2018, 2016*, 711.
- Diponegoro, U. (2017). *Disusun Oleh : Naffisa Elvaretta*.
- Evita, N. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017) the Influence of Brand Image Toward Purchasing Decision (Study Case At Bakso Boedjangan Burangrang Bandung in 2017). *Proceeding of Applied Science*, 3(2), 430. www.jurukunci.net
- Francisco, A. R. L. (2013). Hasil Penelitian dan Pembahasan Kuesioner. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ghassani, M. T., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 311–319. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/17842>
- Gök, O., Ersoy, P., & Börühan, G. (2019). The effect of user manual quality on customer satisfaction: the mediating effect of perceived product quality. *Journal of Product and Brand Management*, 28(4), 475–488.

<https://doi.org/10.1108/JPBM-10-2018-2054>

Heckman, J. J., Pinto, R., & Savelyev, P. A. (1967). 濟無No Title No Title No

Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 12–39.

Heriawan, O. K. Y. (2017). *Brand equity teh kemasan dan pengaruhnya pada purchase intention*.

Hutagalung, A. (1967). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie*

International Edition, 6(11), 951–952., 5–24.

Ishtiaq Ishaq, M., Bhutta, M. H., Afzal Hamayun, A., Qaiser Danish, R., &

Munazer Hussain, N. (2014). Role of Corporate Image, Product Quality and Customer Value in Customer Loyalty: Intervening Effect of Customer Satisfaction. *J. Basic. Appl. Sci. Res*, 4(4), 89–97. www.textroad.com

Junaidin, Andi Aiyul Ikhrum, H. (2019). Pengaruh Work Life Balance Terhadap

Burnout Dan Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Perusahaan Listrik Negara (Pln) Area Makassar Selatan). *MANDAR (Management Development and Applied Research Journal)*, 1(2), 27–34.

Konseling, B., & Mataram, I. (2014). *Sebesar 0,389, Selanjutnya Nilai Tersebut*

Dikonsultasikan Dengan Nilai R. X.

Kurniawan, I., Santoso, S. B., & Dwiyanto, B. M. (2007). Analisis Faktor-Faktor

Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Produk Sakatonik Liver Di Kota Semarang). *STUDI MANAJEMEN DAN ORGANISASI Faculty of Economics and Business Diponegoro University*, 4(2), 20–29.

<http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>

Lin, C. C., Wu, H. Y., & Chang, Y. F. (2011). The critical factors impact on online customer satisfaction. *Procedia Computer Science*, 3, 276–281. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2010.12.047>

Manoppo, H., & Arie, F. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 485–497. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i2.13082>

Mazuanda. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di PT. Hasjrat Abadi Cabang Manado. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Nurdiana, F., & Oktafani, F. (2021). PENGARUH SATISFACTION DAN TRUST TERHADAP MINAT BELI ULANG. 8(3).

Nurhayati, & Murti, W. W. (2012). Analisis Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat terhadap Produk Handphone. *Jurnal UNIMUS*, 8(9), 47–62.

Panti, D. I., Muhammadiyah, A., & Utomo, B. (2020). Pelatihan packaging kain flanel di panti asuhan muhammadiyah budi utomo metro. 2, 348–353.

Pappas, I. O., Pateli, A. G., Giannakos, M. N., & Chrissikopoulos, V. (2014). Moderating effects of online shopping experience on customer satisfaction and repurchase intentions. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 42(3), 187–204. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2012-0034>

- Prasastiningtyas, T. R. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(juli), 1–15.
- Pustaka, K., Pemikiran, K., & Hipotesis, D. a N. (2004). *Bab II Kajian Pustaka , Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis. i*, 16–45.
- Ramadhan, Afif Ghaffar, S. B. S. (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. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17525/16774>
- Riki Wijayajaya, H., & Tri Astuti, S. R. (2018). The Effect of Trust and Brand Image to Repurchase Intention in Online Shopping. *KnE Social Sciences*, 3(10), 915. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3182>
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>
- Si. (2011a). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 16(22), 1–8.
- Si. (2011b). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 16(22), 11–22.
- Sugiyono. (2017). Pengaruh Profitabilitas Dan Non Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif Dan

Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Periode Tahun 2011-2015. "Metode Penelitian Pada Dasarnya Merupakan Cara Ilmiah Untuk Mendapatkan Data Dengan Tujuan Dan Kegunaan Tertentu." Dalam, 1(2), 47–71.

Suryonaningsih, E., Paramita, P. D., & Hasiholan, L. B. (2016). Effect of Price and Image Brand on Consumer Satisfaction. *Journal Of Management*, 2(2).

Tarigan, P. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Utami, R. P., & Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Niaga*, 6(2), 44–53. <https://doi.org/10.24114/niaga.v6i2.8334>

Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2019). How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers. *International Journal of Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.100944>

Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELI ULANG SECARA ONLINE MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Situs Online Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5343. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p06>