

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. T., & Tantri, D. F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta Cv.
- Aldini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Amari, R. O. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup, Relationship Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan “Padahal Second” Di Kradenan, Kota Pekalongan*. 31–41.
- Amelia, R., & Bintarti, S. (2023). Kualitas Pengalaman Dalam Memoderasi Gaya Hidup, Kesadaran Merek Dan Kualitas Rasa Terhadap Niat Beli Ulang. *Dynamic Management Journal*, 7(3), 311–324.
- Aminullah, M. (2020). Konsep Pengembangan Diri Dalam Menghadapi Perkembangan Teknologi Komunikasi Era 4.0. *Komunike*, 12(1), 1–23. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i1.2243>
- Ardhianti, D., Kusuma, P. J., & Nuswantoro, U. D. (2023). *Pengaruh Harga Produk , Kualitas Produk , Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee)*. 12(4), 950–962.
- Auliyanti, E., Muttaqien, F., & Ato'illah, M. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Studi Kasus Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 114–126. <http://liputan6.com/bisnis/read/>
- Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita S., E.M.M, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen* (A. Z. El M. Moh. Mursyid (Ed.)). Press Widya Gama.
- Edwin Kiky Aprianto, N. (2021). Peran Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Bisnis. *International Journal Administration, Business And Organization (Ijabo)* |, 2(1), 1–7. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology And Innovation. *Jmb : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 177–186. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4228>

- Fauzan, A., Rohman, A., Produk, K., & Beli, M. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki Ahmad*. 9, 104–113. [Http://Ejournal.Stiemj.Ac.Id/Index.Php/Ekobis](http://Ejournal.Stiemj.Ac.Id/Index.Php/Ekobis)
- Ferdinand Tae Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Guna Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, Prof.Dr. Imam, M. Co. (2023). 25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis (Guna Landasan Teori Skripsi, Tesis Dan Disertasi). In *Jurnal Perbankan Syariah, Terori Bank Syariah* (P. 174). Yoga Pratama.
- Gosal, S., & Setiobudi, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&Smoothieszone. *Performa*, 5(4), 303–310. <https://doi.org/10.37715/Jp.V5i4.1785>
- Hariyanti, N. D. (2020). Pengaruh Atmosfir Kafe, Kualitas Produk, Dan Aplikasi Dompert Digital Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pesenkopi Jember. *Digital Repository Universitas Jember, September 2019, 2019–2022*.
- Harman Malau, P. D. (2017). *Manajemen Pemasara Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta Cv.
- Hendryadi, S. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Kencana.
- Hilda Zannuba, S., & Prawitasari, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokusmanajemenbisnis*, 12(2), 176193. <https://doi.org/10.12928/Fokus.V12i2.6640>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/Jrmb.V4i1.251>
- Katubi. (2020). Shopee (Studi Kasus Dilakukan Pada Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen). *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(3), 203–219.
- Khusuma., Tiara, D., H. U. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetics Clinic Salatiga. *Among Mendapatirti* 13, 78.
- Kurniawan, A. (2014). *Uji Asumsi Klasik*. Alfabeta.

- Kustianti, D. D. N. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kartu Seluler Telkomsel. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 83–92. <https://doi.org/10.30872/Psikoborneo.V7i1.4709>
- Laela, E. (2021). Kualitas Mendapatinan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Padarumah Mendapatin Ciganea Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 180–186.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Mitra Wacana Media.
- Maulana, B. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Serta Dampaknya Pada Minat Beli Ulang. *Publikasi Imiah*, 7.
- Novitasari, W., Menuk, C., Handayani, S., & Surabaya, A. B. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, Wom Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Senewen Time Surabaya. *Journal Of Sustainability Business Research*, 3(2), 2746–8607.
- Nugroho. (2011). *Olah Data Dengan Spss*. Pt Skripta Media Creative.
- Pasaribu, I., Waruwu, M., & Napitupulu, R. . (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Handphone Vivo Di Plaza Medan Fair. *Jurnal Global Manajemen*, 12(1), 88. <https://doi.org/10.46930/Global.V12i1.3205>
- Prakoso, W., & Dwiyanto, B. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Promosi Guna Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen Rown Division Di Kota Solo. *Diponegoro Journal Of Management*, 10(4), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (P. 288). Alfabeta, Cv.
- Priyanto, M., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Aksesoris Pakaian Di Toko Mingka Bandung. *Value*, 2(1), 57–66. <https://doi.org/10.36490/Value.V2i1.184>
- Prof.Dr.Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (S. M.T (Ed.)). Alvabeta,Cv.
- Rahmawati, I., & Iliyini, R. (2021). Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hp Oppo. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1), 103112. <https://stpmataram.ejournal.id/jih/article/view/728>
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga,

Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value*, 4(3), 1651–1667.

Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal, R. B. S. (2021a). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*.

Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal, R. B. S. (2021b). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*. Widya Gama Lumajang.

Rizal, A. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0. In *Jurnal Ilmiah Komunikasi*.

Santi, E. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'licious). *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan (Jsmk)*, 2(1), 47–56. [Http://Ppjp.Ulm.Ac.Id/Journal/Index.Php/Jsmk](http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk)

Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 3238. [https://Journal.Actualinsight.Com/Index.Php/Equilibrium/Article/View/55](https://journal.actualinsight.com/index.php/equilibrium/article/view/55)

Slamet Riyanto, A. A. H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.

Sofralsa, S., & Latifa Ulfat, A. (2022). Komunikasi Antar Anggota Keluarga Di Tengah Perkembangan Media Komunikasi Telepon Pintar. *Al-Mubin; Islamicscientificjournal*, 5(01), 2938. [https://Doi.Org/10.51192/Almubin.V5i01.26](https://doi.org/10.51192/almubin.v5i01.26)

Sugiyanto, & Maryanto, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Esa Unggul Pengguna Iphone. *Papatung: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(2), 10–23. [https://Doi.Org/10.54783/Japp.V4i2.453](https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.453)

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. In *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Bandung.

Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta Cv.

Sulistyan, R. B., Carito, D. W., Cahyaningati, R., & Muttaqien, F. (2023). *Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Produktif Dan Pelestarian Budaya Banyuwangi Application Of Digital*

Marketing In Efforts To Empower Productive Communities And Preserve Banyuwangi Culture. 6(1), 75–82.

Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran Edisi Ii.* Andi.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian.* Fandy Tjiptono.

Triningrum, F. O. (2021). Gaya Hidup Dan Citra Merek Iphone 10 Dan 11 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. In *Journal Of Chemical Information And Modeling* (Vol. 53, Issue February). <https://doi.org/10.1080/09638288.2019.1595750><https://doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><http://dx.doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><https://doi.org/10.1016/j.ridd.2020.103766><https://doi.org/10.1080/02640414.2019.1689076>

Triton, P. (2008). *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar & Daya Saing.* Tugu Publisher.

Yana Siregar, L., Irwan Padli Nasution Prodi Manajemen, M., & Negeri Islam Sumatera Utara, U. (2020). Development Of Information Technology On Increasing Business Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 71–75. <https://doi.org/10.30606/Hjimbhttp://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki>

Yoga, S. (2019). Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia Dan Perkembangan Teknologi Komunikasi. *Jurnal Al-Bayan*, 24(1), 29–46. <https://doi.org/10.22373/Albayan.V24i1.3175>