

DAFTAR PUSTAKA

- A. Manaf, P., Rachmawati, I., Witanto, M., & Nugroho, A. (2018). E-Satisfaction as A Reflection of E-Marketing and E-Sequal in Influencing E-Loyalty on E-Commerce. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.44), 94. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.44.26870>
- Adelia, S. (2018). Pengaruh Online Promotion Terhadap Repurchase Intention Dengan Consumer Perception Sebagai Mediasi Pada Travel Online. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 94–100. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.94-100>
- Alma, B. (2016). *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Alvian, M. S., & Prabawani, B. (2020). Pengaruh Sales Promotion Dan Keragaman Produk Pada Shopee Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 9, 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/27296>
- Ananda, A. N., Jamiat, N., & Pradana, M. (2021). The Influence of Product Quality on Repurchase Interest in Nature Republic. *International Journal of Management (IJM)*, 12(3), 77–88. <https://doi.org/10.34218/IJM.12.3.2021.007>
- Aprilia Dwi Tantri, H., & Ermawati, E. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kabupaten Lumajang*. 355–363.
- Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Parameter*, 6(1), 38–49. <https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.160>
- Arifa, N., Hatono, & Palupi Robustin, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54. <http://jkm.stiewidyagalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(2), 53–62.
- Arsyanti, N. M., & Astuti, R. T. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online Shopastelle, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–11. <https://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Baidowi, M. . (2021). Pengaruh Strategi E-Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Kompetitif*, 10(1). <https://doi.org/10.52333/kompetitif.v10i1.751>
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. deepublish.
- Dwinanda, S., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah Pada Generasi Y. *JURNAL SeMaRaK*, 4(2), 98. <https://doi.org/10.32493/smk.v4i2.10994>
- Ernantyo, Y. E., & Febry, T. (2022). Pengaruh Implementasi Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Pada Kafe Kisah Kita Ngopi. *Konsumen & Konsumsi : Jurnal Manajemen*, 1(2), 107–128.
- 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>
- Febri, F. Y., Permatasari, D., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. (2022). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Umkm Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar. *Transformasi Dan Inovasi : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 60–72. <https://doi.org/10.26740/jpm.v2n1.p60-72>
- Ghozali. (2020). *25 Grand Teory*. yoga pratama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. badan penerbit universitas diponegoro.
- Gunawan, C. (2020). *mahir menguasai SPSS panduan praktis mengolah data*. Cv. Budi Utama.
- Hatmawan, A., & Slamet, R. (2020). *metode riset penelitian kuantitatif penelitian dibidang manajemen, teknik pendidikan, dan eksperimen*. deepublish.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. . (2019). Analisis Pengaruh Brand Image,Harga,Kualitas Produk,Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan. *Journal of Economic,Business and Engineering*, 1(1), 26.
- Hidayat, A. (2023). *industri pengolahan nonmigas indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/13/makanan-dan-minuman-topang-seperti-ga-industri-pengolahan-nasional-pada-2022>
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, A. (2018). Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.2738>

- Kusuma, E. . (2021). *pengaruh persepsi harga, brand awareness, dan brand image terhadap keputusan pembelian pada air mineral aqua di kelurahan tompokersan kecamatan lumajang*.
- Lubis, akrim ashal. (2015). pengaruh harga dan kualitas dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian surat kabar pada pt.suara barisan hijau harian orbit medan. *Ilmiah Manajemen*, 16(02), 1–11.
- Manaf, H. abdu. (2016). *revolusi manajemen pemasaran* (H. abdu. Manaf (ed.); 1st ed.). mitra wacana media.
- Marfaung. (2021). *Jurnal Manajemen Jurnal Manajemen. Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram*, 6(1), 131–143.
- Marwanto, B., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (pada Konsumen Produk Sayuran Cv Tani Organik Merapi Pakem Sleman). *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(2), 120–128. <https://doi.org/10.56338/jks.v5i2.2251>
- Nurul Kumala, F. O., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt.Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 26–39. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p26-39>
- Ongkowijoyo, T. E. (2022). The Effect of Price and Product Quality on Consumer Satisfaction and Repurchase Interest at Cipork Keriyuk (Cab. G-Walk). *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 2(1), 11–23. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v2i1.2909>
- Parningotan, S., Rohana, F. S., Muchlis, Syamsubahri, & Susanto, B. F. (2024). *Pengembangan Produk*. PT. Penamuda Media.
- Praja, Y. (2022). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 31–41. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7568>
- Prof.Dr.Sugiyono. (2018). *metode penelitian manajemen* (m. pd. Setiyawami,s.h. (ed.); 6th ed.). alfabeta.
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas

Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.

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> PENGARUH

Saputro, A., & Sugiharto, S. (2018). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar. *Strategi Pemasaran*, 5, 1–8.

Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>

Sedjati, retina sri. (2013). *manajemen pemasaran* (1st ed.). deepublish.

Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 223–231. <https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss3.pp223-231>

Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi, E. (2015). *prinsip-prinsip pemasaran*. 127–128.

Silalahi, R. Y. B., & Susantri, L. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Seken Aviari. *Jurnal Elektronik REKAMAN*, 2(2598–8107), 83–94. ejournal.stiegalileo.ac.id

Sudaryono, D. (2016). *manajemen pemasaran teori & implementasi* (F. Sigit (ed.)). cv.andi offset.

sugiyono. (2014). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (21st ed.). Alfabeta,cv.

Sugiyono. (2015). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed methods)*. cv. alfabeta.

Sugiyono. (2016). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *metodologi penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif,kualitatif,kombinasi,dan R&D*.

Sugiyono. (2018). *metode penelitian manajemen*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2020). *metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan kombinasi (mixed methods)* (M. Dr.Ir.Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA,CV.
- Sugiyono, P. d. (2012). *metode penelitian bisnis*. ALFABETA,CV.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *metode riset kuantitatif* (1st ed.). prenadamedia group.
- Susanto, M., & Toton, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Kepuasan Pelanggan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sate Bang Jack Lampung. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(9), 1825–1834. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i9.242>
- Susanto, T. W. P., Sudapet, I. N., Subagyo, H. D., & Suyono, J. (2021). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study at Crown Prince Hotel Surabaya). *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(5), 288–297. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems325>
- SyofianSiregar. (2013). *metode penelitian kuantitatif* (1st ed.). kencana.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43–57. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.5>
- Ulfami, P., & Saino. (2020). Pengaruh desain produk, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada online shop giyomi melalui shopee. *Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 08(01), 702–708.
- Wijaksono, W., Santoso, A., & Pristi, E. D. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Ewom terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai Gusti Ponorogo. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 63–75. <https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.861>
- Yuli Rahmini Suci. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.
- Yuliantari, K., Oktiani, N., & Widayati, K. D. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu.