

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*.
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Bpfe.
- Aprilia, N. R., & Utomo, S. B. (2022). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen Okui Kopi 3.0 Surabaya) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. In *Jurnal Visionary (Vis) Prodi Ap Undikma* (Vol. 6).
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect Of Promotion And Product Quality On The Purchase Decision Of Converse Brand Shoes*. . 204–2019.
- Ayu, M., Mustika, C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2023). *Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mixue Ice Cream And Tea Di Kota Bandar Lampung*.
- Aziz, S. N., Putra, S. S., & Digodowisesiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Yonex. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6). [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Mrketing Strategy, Implementation, And Practice* (6th Ed.). Pearson Education Limited.
- Dyas, B., & Agustinus, B. (2018). *Validitas Dan Reabilitas Penelitian*. Mitra Wacana Media.
- Fandy, T. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Ferdinand, A. (2014). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Straregy)*. Cv Penerbitt Qiara Media.
- Ghozali, L. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23* (8th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Pemasaran Struktual*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018c). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Grand Theory*. Yoga Pratama.
- Hanisa, S., & Hardini, R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Iklan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan Pada Kfc Di Margonda, Depok. *Manajemen*, 16, 68–82.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experimen Marketing & Kualitas Produk*. Insania.
- Hasan, A. (2018). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Caps (Center For Academic Publishing Service).
- Hasanudin, H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Umkm Ritel Minuman Haus. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3501. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i3.4531>
- Hidayah, D. W. (2021). *Pengaruh Harga Kompetitif, Pemasaran Digital Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Telkom Indihome Di Telkom Plaza Lumajang*.
- Joesyiana, K. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey Pada Mahasiswa Semester Vii Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)*. 4(1).
- Kotler, & Amstong. (2014). *Principles Of Marketing* (15th Ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, & Armstrong. (2015). *“Marketing An Introducing Pretiece Hall Twelfth Edition”* (Pearson Education,).
- Kotler, & Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Keempat Belas). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Mangement*. Pearson Edition Limited.
- Luh Komang Ayu Ratih, N., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Dan Pariwisata, B. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Suardita Silver Di Sukawati Gianyar I Made Suasti Puja (2) Made Dian Putri Agustina (2) (1)(2)* (Vol. 4, Issue 4).
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021). *Relationship Word Of Mouth, Advertising And Product Quality To Brand Awareness*. 2(6). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i26>

- Mardiantmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/Barekengvol14iss3pp333-342>
- Maryati, & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Ekonomi Dan Bisnis*, 11, 542–550.
- Natasya, S. (2020). *Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang (Repurchase Intention) Di Kfc Setiabudi-Srondol Kota Semarang*.
- Ningsih, F. F., Darmawan, K., Irdiana, S., Widya, S., & Lumajang, G. (2021). Pengaruh Harga, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang). *Jurnal Of Organization And Business Management*, 3. <http://jkm.stiawidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm/189>
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (Sembilan).
- Pramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd Ed.). Widya Gama Press.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Priansa, J. Do. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.
- Rachmadi, D. (2020). *The Power Of Digital Marketing*.
- Rahma, T., Universitas, F., Sidoarjo, M., Andriani, D., & Hariasih, M. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction Digital Marketing Dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen Stie Muhammadiyah Palopo*, 9(1).
- Rianto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian: Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Ririn, R. (2020). *Monografi Pengendalian Kualitas*.
- Sanjaya, R., & Josua Targan. (2009). *Creative Digital Marketing*. . Pt Elex. Media Komputindo .
- Santi, E. R., & Supriyanto, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D’licious). In *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan (Jsmk)* (Vol. 2, Issue 1). <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*. <https://Journal.Actual-Insight.Com/Index.Php/Equilibrium/Article/View/55>
- Saputra, Y., Sjafitri, H., & Candra, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa, Lokasi Dan Word Ofmouth Terhadap Minat Beli Ulang Pada Bengkel Fery Motor Padang. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Statistika*. Airlangga University Press.
- Siregar. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan* (Sofia Yustiono Suryandarei, Ed.).
- Sugiyono. (2015). *Metode Pnelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (M. T. Sutopo, Ed.).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Suryadari, Ed.; 3rd Ed). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penekitian Manajemen* (Setiyawami, Ed.).
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian & Pengembangan* (Yustiyani, Sofia Suryandari, Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitataif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan* (A. Nuryanto, Ed.).
- Tjiptono, & Chandra. (2016). *Pemasaran Strategik* (4th Ed.).
- Virginia Lombok, E. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*, 10, 953–964.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan Dengan Program Spss, Amos, Dan Smartpls*. Upp Stim Ykpn .