

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior* (1st ed.). Elsevier.
[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alamudi, F. F., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Warung Jumbo Secara Online Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol 11 No.*, 1–14.
- Albi, M., Parlyna, R., & Hidayat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Belanja Online X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan, Vol 2 No.3*, 787–800.
- Amalia, Y. N., & Nurtiahiadi, E. (2024). Dampak Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Luwak White Koffie Di Kota Bandung. *Journal of Management and Bussines (JOMB), Vol 6 No.4*, 1565–1577.
- Amalita, R., & Rahma, T. I. F. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Facebook Pada Mahasiswa/I UINSU Dengan Structural Equation Modeling. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI, Vol 9 No.2*, 593–604.
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *E-Proceeding of Management, Vol 8 No.2*, 1440.
- Annur, C. M. (2023). *Deretan Merek Sneakers Paling Disukai Masyarakat Indonesia, Adidas Juaranya!* Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/3fa772ad0d29fb0/deretan-merek-sneakers-paling-disukai-masyarakat-indonesia-adidas-juaranya>
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shoppe. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, Vol 8 No.*, 1370–1379.
- Ardhianti, D., & Kusuma, P. J. (2023). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk,

- Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee). *JURNAL MANEKSI, Vol 12, No, 950–962.*
- Bahri, S., & Zamzam, F. (2014). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*. Deepublish.
- Bataha, E. M., Mananeke, L., & Ogi, I. W. . (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Pemediasi (Studi Pada Warong Kobong di Kota Manado). *JMBI UNSRAT, Vol 7 No.1*, 128–138.
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan: Dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT, Vol 12 No.*, 1–13.
- Faizah, E. N., Hakim, A. L., & Rosiawan, R. W. (2023). Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pada Toko Zee Thrift Lamongan. *Jurnal Manajemen Dirgantara, Vol 16 No.*, 570–580.
- Gea, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Caritas Market Gunungsitoli). *Jurnal EMBA, Vol 9 No.2*, 893–899.
- Ghozali, F., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (Edisi 2). Badan Penerbit UNDIP Semarang.
- Gosal, S., & Setiobudi, A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&Smoothieszone. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, Vol 5, No.*, 304–310.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Editio). Cengage.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1–10.
- Hapsari, B. C., & Astuti, S. R. T. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Di Toko Online Lazada

- Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, Vol 11 No., 4.
- Haris, A., Arifin, R., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan MR.DIY Tlogomas Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, Vol 12 No., 648–660.
- Huwae, V. E., & Tabelessy, W. (2025). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). CV. AZKA PUSTAKA.
- Irona, V. Della, & Triyani, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: kualitas produk, harga dan promosi (literature review smm). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol 1 No.1, 181.
- Kang, J., Johnson, K. K. P., & Wu, J. (2020). Consumer style, self-image, and fashion involvement: A study of urban Chinese consumers. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(3), 267–277.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, Vol 2 No.3, 152.
- Mahardika, Y., & Jumhur, H. M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Tokopedia. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitasi Dan Pelayanan Publik*, Vol 10, No, 401–411.
- Mahemba, U. S. A. K., & Rahayu, C. W. E. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Studi pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional*, Vol 1 No.2, 428–439.
- 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*, Vol 5 No.2, 120–128.

- Mulda, I. H., & Jadmiko, P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen Dan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Mitra Jaya Service Tunggul Hitam Kota Padang). *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University Current Archives About*, Vol 24 No.
- Mulyani, S. S., & Prihartono, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Masker Kain di Saveme Bandung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 9 No.2, 464–468.
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 3 No.1, 28.
- Munawaroh, S., & Alvionita, M. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan Swasana Cafe Berau. *Journal of Economic, Management, and Accounting*, Vol 8 No.1, 19–29.
- Ningrum, D. T. C., & Isa, M. (2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, social media marketing, dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan sebagai variable mediasi studi kasus selat Vien's Solo. Dalam penelitian ini, populasi yan. *SEIKO : Journal of Management & Business*, Vol 6 No.2, 193–212.
- Ohoimas, N. Y. P., Madmuar, D. B., Jabir, A. P. I., & Nifanngeljau, J. (2025). Peran Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Harga, Citra Merk, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett di Timika. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi)*, Vol 11, No, 68–86.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat* (1st ed.). Nas Media Pustaka.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada ECommerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol 1, No., 537–553.
- Philip, K., & Gary, A. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.

- Pramesti, M. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Pondok Bakaran Giwangan Jl.Imogiri Tim. No. 139C, Giwangan, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta)*. STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.
- Prasetyo, A., & Wulandari, D. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 14(2), 155–164.
- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, Vol 1 No.2, 63–79.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial* (Cetakan 1). Pustaka Setia.
- Purnamawati, N. L. A., Mitariani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. *Values*, Vol 1 No.3, 171–181.
- Putra, H. P., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(1), 45–53.
- Putri, R. M., Mahmud, Anomsari, A., & Purwatiningsih, A. P. (2024). Pengaruh Harga Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Indomaret Di Semarang. *JURNAL MANEKSI*, Vol 13 No., 750.
- Rahmawati, D., Rahadhini, M. D., & Sumaryanto. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Konsumen Marakez Café di Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol 20 No., 86–97.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol 7 No.2, 1–14.
- Rohman, I. Z., & Naufaldi, F. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal*

- Manajemen Dewantara, Vol 6 No.1, 53–60.*
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *E-Bisma, Vol 1 No.*, 1–9.
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Parahyang. *Jurnal Ilmu Manajemen, Vol 15 No.*, 30–44.
- 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 Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), Vol 3 No.3*, 223–231.
- Siaputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN, Vol 10 No.*, 13–23.
- Silitonga, N., & Tampomuri, H. R. (2024). Generasi Z dan Tantangan Etika Digital Dalam Pembelajaran Modern. *Jurnal Communitarian, Vol. 6 No.*, 950–960.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN, Vol 18 No.*, 11.
- Thungasal, C. E., & Siagian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *AGORA, Vol 7 No.1*.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian* (1st Editio). Andi.
- Tovtora, F. D. D., Rauf, A., & Zatira, D. (2022). Analisis Digital Marketing Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike. *DIGIBIS: Digital Business Journal, Vol 1 No.1*, 39–52.
- Wicaksana, M. R. A., & Santosa, S. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan

- Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan JNE di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, Vol 11 No., 1–12.
- Wijayanti, H. T., & Almaidah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang D’fresco Donut Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Buletin Ekonomi*, Vol. 18, N, 225–238.
- Wijastuti, R. D., & Cantika, N. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Gofood Di Kota Sorong. *Kalianda Halok Gagas*, Vol 4, No., 1–8.