

DAFTAR PUSTAKA

- Abdusyakir, I. (2012, May 13). *Makalah tentang makanan dan minuman*. Wordpress.Com. <https://yusyakir.wordpress.com/2012/05/13/makalah-tentang-makanan-dan-minuman/>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior* (Vol. 50). ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN DECISION PROCESSES.
- Akbar, N., & Nurcholis, L. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel interverning. *KONFERENSI ILMIAH MAGASISWA UNISSULA*. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimue/article/viewFile/10558/4903>
- Alvina, M. (2020, October 30). *Spire Insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia*. TechnoBusiness Media . <https://technobusiness.id/insight/ys-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Arifin, M. R., Pramesthi, R. A., & Ariyantiningstih, F. (2022). *Pengaruh Produk dan Lokasi dalam menentukan Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Lele Banyuputih Kabupaten SituBondo*. 1(1), 158–166. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/prosidingSDGs/article/view/2437/1827>
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Ayu, G., Marchela, R. D., Wayan, N., Mitariani, E., Gusti, I., & Imbayani, A. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK KOSMETIK MAKE OVER*. 226.
- Bachtiar, D. (2011). ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN MAHASISWA DALAM MEMILIH POLITEKNIK SAWUNGGALIH AJI PURWOREJO. In *Dinamika Sosial Ekonomi* (Vol. 7).
- Bahri, K. (2023). *LANGKAH DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK UMKM FESYEN HIJAB*. RIZMEDIA PUSTAKA INDONESIA .

- Butarbutar, M., Efendi, Simatupang, S., Butarbutar, N., & Sinurat Naomi, D. (2021). Maker: Jurnal Manajemen ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PININTA COFFEE PEMATANGSIANTAR. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 200–207. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Chairunnisa, N. (2017, January 25). *Udara di Jakarta Utara Paling Tidak Sehat*. Metrotempo.Co. <https://metro.tempco.co/read/839501/udara-di-jakarta-utara-paling-tidak-sehat>
- Cholid, F. (2023, September 1). *Pentingnya Sertifikasi Halal Bagi Produsen dan Konsumen*. Halal.Unair.Co.Id. <https://halal.unair.ac.id/blog/2023/09/01/pentingnya-sertifikasi-halal-bagi-produsen-dan-konsumen/>
- Compas Dasboard. (2022, November 1). *Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-commerce Indonesia dengan Penjualan di atas Rp 10 Miliar*. Compas Dasboard. <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>
- Damayanti, C., & Wahyono. (2015). Management Analysis Journal PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Management Analysis Journal*, 4(3). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Daryanto, & Setyabudi, I. (2014). *Konsumen dan Layanan Prima* (Bintaro, Ed.; 1st ed.). Gava Media.
- Dewi Anggita, E., Hoyyi, A., & Rusgiyono, A. (2019). ANALISIS STRUCTURAL EQUATION MODELLING PENDEKATAN PARTIAL LEAST SQUARE DAN PENGELOMPOKAN DENGAN FINITE MIXTURE PLS (FIMIX-PLS) (Studi Kasus: Kemiskinan Rumah Tangga di Indonesia 2017). *JURNAL GAUSSIAN*, 8(1), 35–45. <http://ejournal3.undip.ac.id/index.php/gaussian>
- Dewi, N. W., Atmaja, N. P., & Manek Daniel. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ulang Iphone di Denpasar*. 825. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/6338/4830>
- Dianto, A. R. (2014). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan di The Body Art Fitness & Aerobic Surabaya. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 2(2), 225–236.
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1>

- Fardiani, A., Naely Azhad, M., & Rozi, A. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA BENGKEL AHASS BERKAH JAYA MOTOR II. In *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* (Vol. 7).
- Farida, F., & Wiryani, E. A. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG SERUM SCARLETT WHITENING. In *Management & Accounting Expose* (Vol. 6, Issue 1). <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>
- Florencia, G. (2019, October 11). *Pentingnya Skincare Awareness di Usia Remaja*. Halodoc. <https://www.halodoc.com/artikel/pentingnya-skincare-awareness-di-usia-remaja>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 2). (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, U. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA BANGKALAN MADURA* (Vol. 1, Issue 1).
- Hadiantini, R., Sarifiyono, A. P., & Maharani, H. (2023). Meningkatkan Kepuasan Konsumen melalui Consumer Taste Perception terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada UMKM Kuliner di Kota Bandung. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 13(1), 123–136. <https://doi.org/10.30588/jmp.v13i1.1194>
- Hamid, R. S., Ariasih, M. P., Suarniki, N. N., Purwoko, Nurchayati, & Tarmizi Achmad. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN MODERN (Strategi dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis)* (Efitra, Ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <http://repository.stie-sak.ac.id/857/1/MANAJEMEN%20PEMASARAN%20MODERN%2C.pdf>
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Hawkins, Motherbaugh, & Best, j. (2007). *Consumer behavior : building marketing strategy*. (10th ed.). McGraw-Hill.
- Hikmawan, L. I., & Ismunandar. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Cafe Beeginning. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(4), 163–180. <https://ukitoraja.id/index.php/jumek/article/download/226/223/772>

- Ibnu Katsir. (2015, April 24). *Tafsir Surat Al-Baqarah, ayat 168-169*. Ibnukatsironline.Com. <http://www.ibnukatsironline.com/2015/04/tafsir-surat-al-baqarah-ayat-168-169.html>
- Ilat, L., Murni, S., & Parengkuan, T. (2018). ANALISIS PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG ULANG PADA UKM D'CENDOL 77 DI EIC UNSRAT. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2548–2557.
- Indrasari, Y. (2020). EFESIENSI SALURAN DISTRIBUSI PEMASARAN KOPI RAKYAT DI DESA GENDING WALUH KECAMATANSEMPOL (IJEN) BONDOWOSO. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–50. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.44–50>
- Irsyandi, A., Fatimah, F., & Nursaidah. (2024). Analisis Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk (Studi Kasus pada Larissa Skincare Jember). *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 633–650. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/BUDGETING/article/download/7935/5723/>
- Isfanfdi, & Amin, A. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian Ulang Keramik Mulia Tile pada PT. SURYA ASIA ABADI DI PEKANBARU. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4(1). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
- Khuswatun, A., & Yulianti. (2022). *Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Minuman Kekinian Zoomboba Tlogomulyo) Effect Product Variation, Price and Customer Experience To Repurchase Decisions (Study On Consumers of the Contemporary drink Zoomboba Tlogomulyo)*.
- Kodu, S. (2013). HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA. *EMBA*, 1, 1251–1259.
- Kolamban, D., Murni, S., & Baramuli, D. (2020). ANALYSIS OF THE EFFECT OF LEVERAGE, PROFITABILITY AND COMPANY SIZE ON FIRM VALUE IN THE BANKING INDUSTRY REGISTERED ON THE IDX. *Jurnal EMBA*, 8(3), 174–183.
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, & Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.4.25-32>
- Laia, B. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Ndrumi: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Humaniora*, 7(1), 47–58. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/NDRUMI>
- Laksana, F. (2008). *Manajemen pemasaran : Pendekatan Praktis* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Lan, A. K. (2022, April 17). *Puasa dan Sikap Tasamuh Sosial*. Lan.Go.Id. <https://lan.go.id/?p=9101#:~:text=Tasamuh%20adalah%20saling%20menghormati%20dan,konteks%20keindonesiaan%20kita%20menjadi%20relevan>
- Lumbantobing, V. M. (2015). Perana Komunikasi Customer Service terhadap Kepuasan Pelanggan Lintas Semesta Surabaya. *Jurnal Komunikasi*, 9(1). <https://media.neliti.com/media/publications/106910-ID-peranan-komunikasi-customer-service-terh.pdf>
- Lumemow, K. R., Worang, F. G., & Gunawan, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Swiss Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1–11. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/download/45117/40997>
- Maklumatkerja. (2023, July 24). *Profil Perusahaan Skintific*. Maklumatkerja.Com. <https://maklumatkerja.com/profil-perusahaan-skintific/>
- Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2). www.investor.iddi
- Marjuni, K. N. (2009). *Kamus syawarifiyyah : kamus modern sinonim Arab - Indonesia*. Ciputat Press Group.
- Musyawah, I. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BUSANA MUSLIM

- PADA TOKO RUMAH JAHIT AKHWAT (RJA) DI KABUPATEN MAMUJU. *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(1).
- mybest, I. (2024, March 1). *10 Rekomendasi Skincare SKINTIFIC Terbaik (Terbaru Tahun 2024)*. Mybest. <https://id.my-best.com/137305>
- Nadhifah, N. (2021). *Analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada PT. Citra Kreasi Makmur Kediri*. 2(4), 267–278.
- Nadia, I., & Rusni, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Toko Sumber Mas Sumbawa Besar). *Journal of Nusantara Economic Science (JNES)*, 1(4), 233–239. <https://nafatimahpustaka.org/jnes/article/view/163/158>
- Nasution, N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management) Edisi Kedua* (2nd ed.). Bogor Ghalia Indonesia.
- Nugraha, I., & Sugiarto, Y. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KESESUAIAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 5(3), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nugrahanto, N., Farida, N., & Listyorini, S. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN YAMAHA VIXION PT. MATARAM SAKTI SETIABUDI). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 178–185. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2015.8876>
- Nugroho, D. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan dan Harga Produk Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. *Jurnal OE*, 7(2), 158–174. <https://media.neliti.com/media/publications/268837-pengaruh-kualitas-pelayanan-kualitas-pro-87358081.pdf>
- Nursakinah, Hinggo, H. T., & Binangkit, I. D. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bangunan Sinar Agung Pekanbaru. *Economics Accounting and Business Journal*, 2(1), 179–189. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/360/49>
- Prawiyogi, A. G., Sadiah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di

- Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Priyanto, M., & Sudrartono, T. (2021). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG AKSESORIS PAKAIAN DI TOKO MINGKA BANDUNG. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis E-ISSN*, 2(1).
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.114>
- Rahman, A., Aditia, R., Wadud, M., & Kurniawan, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang* (Vol. 1, Issue 1).
- Ramadhan, A., & Santosa, 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. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Ramadhan, M., Anwar, S. M., & Hasbi, A. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Aroma Malaja. *Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 365–369. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/oikos/article/download/7205/3616>
- Resi, F., & Kamener, D. (2022). *Peran Kepuasan sebagai Mediasi antara Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman dalam Kemasan Merek Arteje di Kayu Aro*. <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/download/21057/17219>
- Rifa'i, B., Mitariani, N. W., & Imbayani, I. G. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet di Gallery Smartfren Denpasar*. 31–42.
- Rismawati, S., & Yuliviona, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pelanggan Cafe Kinol Bistro N'Poll dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Pemediasi*. <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/download/19214/15867>
- Riyono, & Budiharja, G. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN

- PEMBELIAN PRODUK AQUA DI KOTA PATI. *JURNAL STIE SEMARANG*, 8(2), 92–121.
- Rizal, A. (2020). *BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN DI ERA MASYARAKAT INDUSTRI 4.0*. Deepublish.
- Roqib, A. (2024, May 14). *4 Rukun Jual Beli dalam Islam Agar Sah dan Berkah*. Yatim Mandiri Blog. <https://yatimmandiri.org/blog/muamalah/rukun-jual-beli-dalam-islam/>
- Rosyda. (2022). *Pengertian Harga: Fungsi, Jenis, Tujuan, dan Contohnya*. Gramedia.Com. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-harga/>
- Rumokoy, S. T., Mandey, S., & Raintung, M. (2024). PENGARUH STRATEGI PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL FATAMORGANA KOTA BITUNG THE INFLUENCE OF PRODUCT STRATEGY, PRICE AND LOCATION ON CUSTOMER SATISFACTION AT THE FATAMORGANA HOTEL, BITUNG CITY. *Jurnal EMBA*, 12(1), 588–598.
- Sambara, J., Tawas, H. N., & Samadi, R. L. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE 3.AM KOFFIE SPOT MANADO ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION AT CAFE 3.AM KOFFIE SPOT MANADO. *126 Jurnal EMBA*, 9(4), 126–135.
- Santoso, J. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN GEPREK BENSU RAWAMANGUN)*. 16(01).
- Saputri, I. A., & Tjahjaningsih, E. (2022). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Niat Beli Ulang. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 18–26. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxiv.357>
- Saputro, R. Y. B., & Lusia, A. (2023). Indonesian Journal of Strategic Management PENGARUH BRAND LOYALTY, BRAND TRUST DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PAKET DATA TRI DI SOLO RAYA. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 71–82. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ijsm>
- Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif.

- Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16.
<https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Sari, R., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812.
- Sari, Y., & Manurung, H. (2021). *PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG SABUN LIFEBUOY (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Rahuning)*. 12–21.
- Sarumaha, M., Fau, A., Telaumbanau, K., & Zendrato, W. (2023). *KEWIRAUSAHAAN*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Schiffman, L., L.L., & Hansen, H. (2008). *Consumer Behavior A European Outlook*. Prentice Hall.
- Sentoso, F. (2019). *PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI MELALUI KEPUASAN PELANGGAN CRUNCHAUS SALADS DI PAKUWON MALL SURABAYA. AGORA*, 7(2).
- Setiowati, N., & Farida, I. (2024). *Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk...* (Vol. 5). www.topbrand-award.com
- Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 69–75.
<https://doi.org/10.56972/jikm.v2i1.33>
- Soviana, H., Zainal, V., & Riyanto, S. (2023). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Guru Terhadap Kinerja Guru. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(12), 3188–3194.
<https://doi.org/10.59141/comserva.v2i12.732>
- Sudaryana, Y. (2020). Master of Management Studies Program *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANTOR POS INDONESIA (PERSERO) KOTA TANGERANG. Journal of Management Review*, 4(1), 447. <https://doi.org/10.25157/mr.v4i1.2954>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (21st ed.). Alfabet.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan

- Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(2), 31–41.
<https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI PADA STARTUP BUSINESS UNICORN INDONESIA). *Journal of BUSINESS STUDIES*, 4(1), 41–53.
<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta>
- Suryanto, & Asteria, B. (2023). Dinamika Pembelian Ulang: Studi Kasus Smartphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 8(2), 129–137.
<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/article/download/4638/1415/14299>
- Susanto, H. A., & Otoluwa, N. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT ASTRA INTERNASIONAL TBK Honda Cabang Maros. *Jurnal BRAND*, 2(1), 132–146.
<https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>
- Syahri, A. (2014). STATISTIKA PENDIDIKAN. *Sigma (Suara Intelektual Gaya Matematika)*, 6(2), 121–129.
- Tjiptono, F. (2008). *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima* (1st ed.). Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Penerbit ANDI.
- Triputra, G., & Febriansyah. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(1), 70–88.
<https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/JurnalBisnis/article/download/2618/1214>
- Umami, R., Rizal, A., & Sumartik. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI WARSU COFFE CAFE As'at Rizal Sumartik. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250–257.
- Utama, M., & Ngatno. (2015). *PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Gelael Mall Ciputra Semarang)*.
- Utama, M., & Ngatno. (2017). *PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Gelael Mall Ciputra Semarang)*.

Jurnal Administrasi Bisnis Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

- Wahyudi, Y., Kristanti, D., & Nurbambang, R. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri. *Risk : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1, 47–67. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Wardani, I. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA 200 CAFE AND FOOD DI KOTA MALANG. *JUBIS*, 3(2).
- Watson. (2023, May 8). *Manfaat Skincare Series Skintific 5x Ceramide untuk Kulit Wajah*. Watson.Co.Id. https://www.watsons.co.id/id/blog/skincare-id/manfaat-skincare-series-skintific-5x-ceramide-untuk-kulit-wajah?utm_source=Optimise_Involve%20Asia&utm_medium=affiliate&ssk=3b276dbaa25746d0ae9de8dc75911b91
- Widjaja, T. (2004). *Marketing management : pendekatan pada nilai-nilai pelanggan* (1st ed.). Bayumedia Publishing.
- Yasin, A. A., & Achmad, G. N. (2021). INFLUENCE OF WORD OF MOUTH AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS AND REPURCHASING INTEREST. *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 5(2). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBA>
- Yunila, Pariama, M., & Apriani, N. (2022). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA MBAKOY COFFEE UNAAHA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 10(2), 103–108.
- Zahro, W., & Parjono. (2017). DAMPAK HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG JILBAB PADA OUTLET RABBANI COLLECTION DI BOJONEGORO. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1).
- Zulkarnaen, W., Dewi Fitriani, I., & Widia, R. (2017). PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN PT. ALVA KARYA PERKASA BANDUNG. *Jurnal Manajemen, Ekonomi DanAkuntansi*, 42–62.
- Zulkarnain, M., & Latief, A. (2019). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *BIEJ: Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, 3, 38–44.