

DAFTAR PUSTAKA

- Adewole, A., Shipworth, M., Lemaire, X., & Sanderson, D. (2023). Peer-to-Peer energy trading, independence aspirations and financial benefits among Nigerian households. *Energy Policy*, 174. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2023.113442>
- Agustina, A. A. F., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Dimediasi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hammer Clothing Store. *ECOTECHNOPRENEUR : Journal Economics, Technology And Entrepreneur*, 1(02), 107–122. <https://doi.org/10.62668/ecotechnopreneur.v1i02.55>
- Ahmad, A. H., & Prastyani, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , dan Citra Merek , Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Ekuitas Merek Pada Produk Kecantikan Somethinc Ekuitas Merek (Hafez , 2022) dan Pengaruh dari kegiatan Pemasaran Media Sosial terhadap. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntans*, 3(2), 194–210.
- Ahmad, S. H., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop. *Jambura*, 5(2), 784–793. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Ahmad Syafiq. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96–113. <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>
- Amala, S., & Budimansyah. (2021). PRODUK KECANTIKAN HALAL SAFI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada toko TOPSHOP Kota Bandar Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 141–154.
- Amirudin, Anggraini, R. R., & Hermawan, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Umkm Global Bakery

- Parung Bogor. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 14(2), 246–254.
<https://doi.org/10.35968/m-pu.v14i2.1223>
- Amrin, I. S., Telagawathi, N. L. W. S., & Heryanda, K. K. (2021). THE IMPACT OF PRODUCT QUALITY, PRODUCT DESIGN, AND LIFESTYLE ON IPHONE PURCHASING DECISIONS. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 8(2), 167–186.
- Ananda Aulia, A., & Herawati, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 20(2), 73–89.
- Anwar, M. S., & Verawati, L. (2025). Kepuasan Pengguna Dan Niat Tetap Menggunakan Smartphone Android: Perspektif Interaktivitas Dan Fitur Perangkat. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(3), 3942–3960.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1794>
- Ardiyansyah, N. S. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(1), 240–259.
<https://doi.org/10.53363/buss.v2i1.90>
- Ariana, K., & Yulianthini, N. N. (2025). PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK SAMSUNG. *Bisma : Jurnal Manajemen*, 11(1), 473–484.
- BPS. (2022). *Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Utara*.
<https://jakutkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTc5IzI=/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan.html>
- Devirahma Hutami, N., Nanda Priyatama, A., & Arya Satwika, P. (2020). Kepuasan Konsumen dan Intensi Pembelian Ulang Produk Kue Artis pada Mahasiswa. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 25(1), 73–84.
<https://doi.org/10.20885/psikologika.vol25.iss1.art6>

- Ermini, Suryati, Najib, M., & Nindiati, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1), 36–51.
- Fadila Fajriana, & Sutrisna, E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen pada Bagoes Cafe Kota Padang. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 272–283. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.4153>
- Fajar, M., Hermawan, H., & Reskiputri, T. D. (2025). Kepuasan Konsumen Produk Smartphone Pada Gen Z (Study Pada Mahasiswa Di Kabupaten Jember). *Jurnal Ekonomi USI*, 7(2), 624–635.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 4.0*.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial Least (PLS-SEM) Using R Equation Modeling Squares Structural. In *Springer* (Vol. 30, Issue 1).
- Hermawan, Y., Maylani, D., & Mulyana, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Smartphone Samsung di Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 641–652. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.1256>
- Humaira, K. F., & Ratnawati, K. (2024). Terhadap Repurchase Intention Dimediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 03(1), 165–176.
- Idris, M., Maupa, H., Muis, M., & Pono, M. (2020). Membangun Konsep Brand Religiosity Image Dalam Islamic Marketing (Sintesis Teori dan Penelitian Empiris yang Relevan). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 14–21. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.929>
- Isnadjodi, N. A., & Ulfah, M. (2025). Analisis Literatur Terhadap Prinsip Halalan Thayyiban Dalam Rantai Pasok Makanan. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(204), 3284–3297.

- Jaya, P. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2024). The Role of Brand Image in Mediating the Influence of E-Wom and Product Quality on Repurchase Intention. *International Journal of Management Research and Economics*, 3(1), 291–305. <https://doi.org/10.54066/ijmre-itb.v3i1.2730>
- Juliano, C. C., Leoparjo, F., Nugroho, A., & Oentario, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Customer Satisfaction Terhadap Minat Beli Ulang pada Usaha Online Shop Cecile's Lasagna. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 11(1), 15–27. <https://doi.org/10.9744/jmp.11.1.15-27>
- Kaharuddin, E. K., Ikhwan, M., Haeruddin, M., & Musa, M. I. (2022). KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR The Influence of Brand Image , Product Quality and Lifestyle on iPhone Purchase Decisions (Case study on students of management study program , Faculty of Economics. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 163–171.
- Kasinem. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339.
- Katubi. (2020). ANALISIS GAYA HIDUP, BINTANG IKLAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KONSUMEN ONLINE SHOPEE (Studi Kasus Dilakukan pada Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen). *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(3), 203.
- Kharolina, I., & Transistari, R. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan. *Jurnal Digest Marketing*, 3(2), 107–114. <https://online-journal.unja.ac.id/digest/article/view/6695>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). Principles Of Marketing. In *Pearson*. https://opac.atmaluhur.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ODIjY2E4ODIyODViZjFkODgzNDUxYWZlNWZhZmY2MGE5MDc0ZDVmY

w==.pdf

- Kusumasari, A. S., Sudarwati, & Pawenang, S. (2020). Repurchase Intention Ditinjau Dari Brand Image, Brand Trust Dan Lifestyle. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 99–107.
- Marcelo, S. H., Ngatno, N., & Farida, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang yang Dimoderasi Gaya Hidup (Studi Pada Konsumen Celana Jeans Levi's Gerai Mall Paragon Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(2), 406–414.
- Marpaung, F. K., S, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). 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.
- Marwida, I. W. A., Wijaya, P. Y., & Sugianingrat, I. A. P. W. (2023). Brand Image Mediates Product Quality and Electronic Word of Mouth Towards Purchase Decision. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 10(2), 117–124. <https://doi.org/10.22225/jj.10.2.2023.117-124>
- Maulidah, S., Budiarti, L., & Sulasari, A. (2024). Pembelian Ulang Pada Pelanggan Gofood Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(2), 409–416.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurna; Abiwara*, 1(2), 71–83.
- Mulia, H. (2020). PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI KASUS PADA CV CEMILAN KUNIK GARUT. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 29–37.
- Munir, A. F., & Kussudyarsana. (2025). The Influence of Brand Ambassador and Promotion on Purchase Intention through Brand Image as an Intervening Variable on Tokopedia E-Commerce. *Jurnal Economic Reources*, 2, 287–298. <https://doi.org/10.47747/fmiic.vi2.2950>

- Mutiah, C., & Marliani, L. E. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY DAN BRAND TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA PRODUK MUSTIKA RATU DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 3(1), 14–27.
- Noor, M. F., & Nurlinda, R. A. (2021). Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone. *Forum Ilmiah*, 18(2), 150.
- Novalia, A., Madnasir, & Nurhayati. (2025). Pengaruh Need for Uniqueness, Conspicuous Consumption, Dan Fear of Missing Out (Fomo) Terhadap Purchase Intention *Jurnal Media Informatika*, 6(3), 2165–2175.
- Pakarti, P., Dharmmesta, B. S., Nugroho, S. S., & Sutikno, B. (2022). Review of Customer Experience , Perceived Effectiveness of E-Commerce. *Journal of Applied Management*, 20(1), 12–24.
- Praja, A. D., & Haryono, T. (2022). International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBA). *THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON REPURCHASE INTENTION MEDIATED BY CONSUMER SATISFACTION STUDY AT UNIQLO IN SOLO*, 2022(8.5.2017), 2003–2005.
- Pramadhani, D., & Nugroho, R. H. (2024). Pengaruh Green Marketing, Lifestyle, dan Environmental Awareness terhadap Brand Loyalty: Studi pada Pengguna Produk The Body Shop di Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 3126–3138. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.1869>
- 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*, 1(2), 62–79. <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i2.14>
- Pratama, I. W. D. W., & Prianthara, I. B. T. (2022). The Influence Of Product Quality, Service Quality And Brand Image On Repurchase Intention. *Journal*

of Industrial Engineering & Management Research, 4(1), 41–52.
<https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/438%0Ahttps://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/download/438/330>

Pratama, K. M., & Brahmayanti, I. A. S. (2024). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, dan GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE (Studi Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas 17 Agustus Surabaya). *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(10), 1–11.

Purbaya, S. A., & Herawati, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Smartphone Xiaomi Di Kota Cimahi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 2274–2284.
<https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.12037>

Purnama, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Minuman Berkarbonasi Merek Sprite Di Kota Bandung. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 3390–3399. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.10522>

Purwanti, D. A., & Aribowo, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Penjualan Smartphone Iphone di Pstore Kota Surabaya. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Ekonomi*, 8(4).

Puteri, S. A., & Nurcholis, L. (2024). Brand Image Sebagai Mediasi Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Repurchase Intention) Pada Pt Bdw Kreasi Media Pemalang. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 21(2), 129–144.
<https://doi.org/10.14710/jsmo.v21i2.66337>

Rama, R. Z., & Irda. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Produk Somethinc Di Kota Padang. *Kumpulan Executive Summary Mahasiswa Prodi Manajemen*, 25(2), 1–23.

Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2012). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN

KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG SMARTPHONE OPPO. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1651–1667.

Reva, Y. N., Putri, I. N., & Andita, K. P. (2025). THE IMPACT OF QUALITY AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION Dampak Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Author Correspondence : *Dampak Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Yuyu*, XVII(2), 161–184. <https://doi.org/10.30813/jbam.v17i1.7050>

Reza, A. A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Cititrans Bandung. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(2), 441–453. <https://doi.org/10.31328/bmb.v3i2.245>

Rizki, E. F., Juliati, R., & Praharjo, A. (2023). The Effect of Product Quality and Distribution Channels on Repurchasing Intention. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 7(1), 177–194. <https://doi.org/10.30988/jmil.v7i1.988>

Rodriques, Y., & Rahanatha, G. B. (2018). PERAN BRAND TRUST MEMEDIASI HUBUNGAN BRAND IMAGE DENGAN BRAND LOYALTY (Studi Pada Konsumen Iphone di Kota Denpasar) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1310–1338.

Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola Konsumsi Dalam Implementasi Gaya Hidup Halal Consumption Patterns in the Implementation of Halal Lifestyle. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Binsin*, 4(November), 26–35. <http://jurnal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>

Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(3), 696–706. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.02.3.12>

- Rosiana, Y., & Purwanto, S. (2022). PENGARUH SELEBRITIS, GAMBARAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PEMBALUT WANITA MEREK LAURIER Yunita. *Jurnal Pendidikan Ekonomi "(JURKAMI)*, 7, 1–9.
- Sampe, Y. D., & Tahalele, M. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(2). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i2.8846>
- Sari, D. N. P., & Astutiningsih, S. E. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha, Popularitas Merek, Variasi Produk, Kepercayaan, Gaya Hidup terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Aliyah Sraf Tulungagung melalui Budaya. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 8(2), 363–384. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v8i2.1911>
- Setyawan, D. A. (2022). Buku Statistika Kesehatan Analisis Bivariat pada Hipotesis Kesehatan. In *Tahta Media Group*.
- Sisrahmayanti, T., & Muslikh. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian: Peran Mediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 54–65. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5802>
- Sitompul, M. R. I., & Gultom, I. A. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Mie Gacoan di Bandar Lampung. *ECo-Buss*, 7(3), 1913–1924. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2147>
- Suara, I. G. A. M. G. P., & Piartrini, P. S. (2025). Peran Mediasi Brand Image pada Pengaruh Kualitas Produk terhadap Purchase Intention Sepatu Casual Bata (Studi pada Toko Sepatu Bata di Jalan WR. Supratman Denpasar). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 122–142. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v4i3.5468>
- Suardhita, N., Rafik, A., & Sugeng, I. S. (2019). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK

- BEDAK MEREK WARDAH. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 11–20.
- Sueni, N. K., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Sunscreen Wardah di Kota Singaraja. *Jurnal Ilimiah Multidisiplin*, 10(4), 33–42.
- Sugiarta, N., Sembiring, D. F. S., & Maulani, A. S. (2015). Gaya Hidup Pengguna Smartphone pada Mahasiswa Universitas Telkom di Fakultas Rekayasa Industri Angkatan 2012. *Perkembangan Bisnis Ritel Dan Teknologi Informasi Di Indonesia ISSN 2088-2068*.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. In *Yogyakarta*. ALFABETA, cv.
- Suhada, Mulyati, & Sumarni. (2022). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Jurnal Economic Resources*, 1037–1047.
- Tasdiq, A. Al, & Dahliana, Y. (2025). KONSEP HALALAN THAYYIBAN DALAM AL-QURAN SURAH AL BAQARAH AYAT 168: ANALISIS KOMPARATIF TAFSIR AL-AZHAR DAN TAFSIR AL-MISBAH. *Journal Of Islamic Studies*, 4, 304–323.
- 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*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Tri Santiko, I., & Huda, N. (2025). Pengaruh Brand Image, Word of Mouth, Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Pengguna Produk Skincare. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 6(3), 908–916. <https://doi.org/10.47065/jbe.v6i3.8446>

- Trihudiyatmanto, M., Prananditya, A., & Iqbal, M. A. (2022). Brand Image Islamic: Halal Food Product Quality In Relationship To Repurchase Intention. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 4810, 1–16.
- Triyoko, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Kedai Yoko. *Jurnal Daya Saing*, 8(1), 56–61. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v8i1.818>
- William, M., Alam, I. A., & Sanida, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(6), 2–20.
- Wulandari, S., & Marlana, N. (2020). Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Transpotasi Migo Di Surabaya Septian Wulandari Novi Marlana. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(2), 791–797.
- Xiao, J., & Goulias, K. G. (2022). Perceived usefulness and intentions to adopt autonomous vehicles. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 161, 170–185. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2022.05.007>