

DAFTAR PUSTAKA

- Abiyyu, T. O., & Tjahjaningsih, E. (2023). Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Niat Beli Ulang. In *Journal Of Management And Bussines (Jomb)* (Vol. 5, Issue 2, Pp. 1430–1437). <https://doi.org/10.31539/Jomb.V5i2.6965>
- Achmad, F., & Supriono. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang (Survei Pada Konsumen Go-Ride Di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 50(2), 135–141. www.Go-J_K.Com
- Al-Jaisy, M. F. A., & Hafidh, A. A. (2025). Penaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pelanggan Wafer Tango Kota Bandung. *Jurnal Lentera Bsinis*, 14(3), 3172–3184.
- Baehaqi, M. A., Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Terhadap Customer Satisfaction Dan Kepuasan Pembelian Konsumen. *Widya Manajemen*, 4(1), 21–33.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2023). *Analisis Data Panel Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis (Dilengkapi Dengan Penggunaan Eviews)* (Pp. 1–236).
- Candra Dwi Hardiana, & Francois Romario Kayadoe. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. In *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis: Vol. Vol. 2 No.* (Issue Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi, P. 72).
- Chaviandi, A. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Pp. 1–23).
- Devi, D. A. Y., & Darma, G. S. (2024). The Role Of Customer Satisfaction In Mediating The Influence Of Product Quality, Service Quality, And Brand Image On Repurchase Intention. *International Journal Of Science And Society*, 6(4), 192–107.

- Dr. Agung Edy Wibowo, M. S. (2021). *Metodologi Penelitian* (P. 274).
- Eddy Soegiarto K Dan Mardiana, M. (2016). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Totok. In *Jurnal Ekonomi Modernisasi* (Vol. 5, Issue 3, Pp. 298–312).
- Fahlefi, R., Harminingtyas, R., Susetyarsi, T., & Widowati, M. (2023). Article History The Influence Of Company Image, Service Quality And Price Perception On Repurchase Intention Through Customer Satisfaction Su2r Travel Batang. In *Jurnal Ilmiah Ekonomi* (Vol. 18, Issue 02, Pp. 173–184). [Http://Ejournal.Stiepena.Ac.Id/Index.Php/Fe](http://Ejournal.Stiepena.Ac.Id/Index.Php/Fe)
- Fauziah, Y., Sumantyo, F. D. S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial (Jkis)*, 1(1), 48–64.
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). Marketing Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. In *Jurnal Manajemen Bisnis* (Vol. 10, Issue 1, Pp. 35–54).
- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy). Cv Penerbit Qiara Media. In *Buku Pemasaran Produk Dan Merek* (Issue August, Pp. 1–337).
- Gustaman, D. D. (2023). *Pengantar Metodologi Penelitian.Pdf*.
- Hanafi, M. S., & Nurmansyah, A. A. H. (2025). The Influence Of Product Quality On Repurchase Intention Mediated By Customer Satisfaction: A Case Study Of Chitato Potato Chips In Banndung City. *Asianjurnal Of Economics, Business And Accounting*, 25(8), 325–339.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., S.Si., M. P. R. A. F., S.Si., M. S. J. U., M.Farm., A. E. F. U., S.Si., M. S. D. J. S., & Ria Rahmatul Istiqomah, M. I. K. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Antimicrobial Agents And Chemotherapy* (Vol. 58, Issue 12, Pp. 7250–7257).
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experimental Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Grup Publikasi Yayasan Irsan Shodiqin Gunung Jati.

- Hastari, E. Sekar, Yohana, C., & Monoarfa, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Brand Skincare Lokal). *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Keuangan*, 3(3), 785–799.
- Herlansyah, D., & Sigarlaki, F. F. (2025). Pengaruh Product Quality Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Susu UHT Ultramilk Di Kota Cimahi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(3), 3309–3321.
- Hermawan, E. (2023). Literature Review Perilaku Konsumen: Loyalitas Pelanggan, Pembelian Ulang Dan Minat Beli. *Jurnal Generation Ilmu Akuntansi*, 1(1), 1–13.
- Hiattullah, H., Sawitri, N. N., & Navanti, D. (2025). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sabana Fried Chicken Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Riset Ilmiah*, 2(9), 4065–4083.
- Humaira, K. F., & Ratnawati, K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Repurchase Intention Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 165–176.
- Julianto, N. P. (2025). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Online Di kalangan Generasi Z Pada Platform E-Commerce Shopee*. Bina Sarana Informatika.
- Khamdan, R. (2020). Kepuasan Konsumen UIN Khas Press. In *Pengaruh Pengalaman, Pengetahuan Dan Keterampilan Auditor Terhadap Kualitas Audit*. [Http://Repo.Darmajaya.Ac.Id/2870/5/Bab Ii.Pdf](http://Repo.Darmajaya.Ac.Id/2870/5/Bab%20Ii.Pdf)
- Komaludin, D., & Cokki. (2023). Peran Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Makanan Anjing. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(4), 907–916.
- Latief, F., & Asniwati. (2023). *Manajemen Pemasaran* (Pp. 1–107). Nobel Press.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (P. 254).
- Mania, S. S. Dan S. (2020). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Sustainability (Switzerland)* (Pp. 1–268).

- [Http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari](http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari)
- Maolana, M. R., & Marliani, L. E. (2025). The Effect Of Product Quality And Price Perception On Repurchase Intention Through Customer Satisfaction Of Bata Shoes In Bandung Raya. *International Journal Of Environmental, Sustainability And Social Science (Ijesss)*, 6(5), 914–924. <https://doi.org/10.56127/Jaemb.V1i2.239>
- Matondang, W. S. (2021). *Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Mahasiswa Medan Area*. Universitas Medan Area.
- Mamah, Masfi Sya'fiatuludr. Hj. Eva Sundari, Se., Mm., C.R.B.C Imam Hanafi, Se., M. (2019). Manajemen Pemasaran. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1, Pp. 1–14). [Http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari](http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari)
- Murniati, Monika Palupi; Purnamasari, St. Vena; Ayu, Stephana Dya; Advensia, Agnes; Sihombing, Ranto; Warastuti, Y. (2013). Alat-Alat Hipotesis. In *Universitas Katolik Soegijapranata*.
- Nimah, M. (2025). *Pengaruh Kelaengkan Produk, Display Product Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Repeat Order Konsumen Pada Ud. Saterit25* [Universitas Nusanrata PGRI Kediri]. <https://doi.org/10.1038/S41598-022-26846-Z%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1038/S41467-021-22308-8%0ahttps://doi.org/10.1007/S00253-025-13460-Y%0ahttps://doi.org/10.1016/J.Heliyon.2023.E14088%0ahttps://doi.org/10.1016/J.Sjbs.2017.10.019%0ahttps://doi.org/10.1016/J>
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media* (P. 170).

- Nuryani, F. T., Nurkesuma, & Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jemsi: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462.
- Nuryanto, F. Y. B., & Sholahuddin, M. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Label Halal Terhadap Pembelian Kembali Produk Kosmetik X Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Pemediasi. *Al-Karaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 2, 7(5), 2150–2172.
- Oktaviany, V. V., & Padmantyo, S. (2025). *Pengaruh Ekuitas, Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Dengan Kepuasan Pelanggan*.
- Pertiwi, M. D., Nurlenawati, N., & Snggela, F. P. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Skincare Di Tiktok Shop (Survei Pada Karyawan Pt Chang Shin Indonesia). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (Jebs2)*, 4(5), 886–895.
- Prihatini, W., & Gumilang, D. A. (2021). The Effect Of Price Perceptionn, Brand Image And Personal Selling On The Repurchase Intention Of Consumers B To B Of Indonesian General Fishery Companies With Customer Satisfaction As Interventing Variable. *Europian Journal Of Business And Management Research*, 6(2), 91–95.
- Priyanda, R. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1, Pp. 1–14). [Http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetungan_Terpusat_Strategi_Melestari](http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetungan_Terpusat_Strategi_Melestari)
- Rahmadi, S.Ag., M. P. . (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Journal Of Physics A: Mathematical And Theoretical* (Vol. 44, Issue 8, P. 129). [Https://Idr.Uin-Antasari.Ac.Id/10670/1/Pengantar Metodologi Penelitian.Pdf](https://Idr.Uin-Antasari.Ac.Id/10670/1/Pengantar%20Metodologi%20Penelitian.Pdf)
- Rahmawati, I., & Susyani, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Costing: Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7(5), 594–607.

- Rahmawati, M., Setyawati, S. M., & Afif, N. C. (2019). Pengaruh Brand Characteristic Terhadap Brand Loyalty Dimediasi Oleh Brand Trust Dan Brand Affect. In *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi* (Vol. 21, Issue 3). <https://doi.org/10.32424/Jeba.V21i3.1375>
- Ramadhina, A., & Mugiono. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67.
- Reggiana, D., & Hermina, N. (2025). The Effect Of Price And Product Quality On Repurchase Intention Through Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *DIJEMSS: Dinasti International Journal Of Education Management And Social Science*, 6(4), 2565–2576.
- Reyfalidi, N. M., & Arief, H. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dalam Berbelanja Online Shopee. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(7), 106–118.
- Rio, P. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). In *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* (Vol. 2, Issue 4, Pp. 516–524). <https://doi.org/10.31933/Jemsi.V2i4>
- Rosa Faramitha Manajemen, N., & Yasa Anggana Garut, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika). In *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* (Vol. 10, Issue 1, Pp. 1–8).
- Sadiyah, H., & Nafisa, A. (2024). Analisis Sistem Pemasaran Produk Olahan Susu Untukmeningkatkan Penjualan Di Koperasi Produsen Agro Niagajabung Syariah Malang Jawa Timur. In *Journal Of Social And Economics Research* (Vol. 6, Issue 1). <https://idm.or.id/jser/index>.
- Saragih, N. Valentine, & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scharlett Di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan (Jumbiku)*, 5(2), 417–426.

- Sari, A. C. M., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Harga Terhadap Minat Beli Di Shopeefood. In *Jurnal Economina* (Vol. 2, Issue September, Pp. 2610–2627).
- Widodo, S (2023). Metodologi Penelitian. In *CV Science Techno Direct* (Pp. 1–195).
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D. In *Alfabeta*. Alfabeta.
- Surbakti, R. B., & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online Shopee Di Batam. *Jurnal Bina Manajemen*, 11(2), 219–233.
- Sahir, S. H (2022). *Metodologi Penelitian*. Penerbit Kbm Indonesia.
- Syahrizal, D., & Sigarlaki, F. F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Minuman Siap Saji. *Equilibrium*, 13(2), 369–384.
- Tegowati, Martoatmodjo, G. W., Kalbuadi, A., & Idayati, F. (2024). *Pengembangan Produk* (Pp. 55–56). Eureka Media Aksara.
- Tirtayasa, S., Hazmanan, K., & Satria, Y. (2024). Manajemen Pemasaran Dalam Memoderasi Minat Beli Mobil Listrik. In *Ummsu Press*.
[Http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari](http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari)
- Tria, E. D., & Syah, T. A. (2021). *Pelanggan Rita Pasaraya Cilacap* (Vol. 1, Issue 2).
- Wahyudi, A. T., Praja, Y., & Hamdun, E. K. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe All In One Di Panarukan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth*, 2(3), 98–111.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Eureka Media Aksara.
- Widitya, A. A., Susanti, N. I., & Suyoko, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Elektronik

- Sinar Mas Karanganyar). *Jurnal Stie Semarang*, 16(2), 95–103.
- Winasis, C. L. R., & Mudji, S. (2024). The Influence Of Product Quality, Price Perception And Product Variety On Consumer Repurchase Intentions With Consumer Satisfaction As A Mediating Variable (Study On Solid Surface Performnrite Products). *International Journal Of Multidisciplinary Research And Analysis*, 7(1), 333–341.
- Yosefine, C. H. B. (2023). *Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Innisfree Pada Mahasiswa / I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tarumanagara* (Vol. 05, Issue 02, Pp. 277–286).
- Zahroni, Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Cafe Amirah Di Stubondo Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(10), 2068–2079.
- Zulfikar, R. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Widina Media Utama* (Vol. 7, Issue 2, Pp. 809–820).