

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia, T. I., & Suwarno, A. E. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Manfaat, Persepsi Harga, Risiko, Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)*, 4, 1-8.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Awi, Y. L., & Chaipoopirutana, S. (2014). A Study of Factors Affecting Consumer's Repurchase Intention Toward Xyz Restaurant, Myanmar. *International Conference on Trends in Economics, Humanities and Management*, 181-185.
- Buka, C. H. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang yang di Mediasi Oleh Kepuasan Konsumen*. 2021. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Skripsi. Universitas Sanata Dharma Repository. <https://repository.usd.ac.id/38835/1/162214030.pdf>. Diakses pada Januari 2023
- Burhan, M, H. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 05, 120-128.
- Cockrill, A., & Goode, M. M. (2010). Perceived Price And Price Decay In The DVD Market. *The Journal of Product and Brand Management*, 19, 367-374.
- Dharmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran: analisa perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Hengky, L. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Gosal, S., & Setiobudi, A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&SmoothiesZone. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5, 303-310.
- Hair, J. F., JR, Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2011). *Multivariate Data Analyst Fifth Edition*. New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Indiarti, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal USD*, 83-100.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, H. (2008). *Indonesia Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Alex Media Computindo.

- Kinney, T. C., & Taylor, J. R. (1995). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management.*, 4, 1-20.
- Kusuma, P. D., & Suryani, A. (2017). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Marketing Mix Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Kusuma, P. D., & Suryani, A. (2017). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Marketing Mix Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6, 1398-1424.
- Morissan. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang PRESSindo.
- Onwumere, J., Onyemachi, O., & Lilian, K. O. (2012). Analysis of the Determinants of Repurchase Intention of Soap Products of an Agribusiness Firm on Abia State, Nigeria. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 3, 197-204.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Purwasih, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis Institut Bisnis Nusantara*, 6, 1-11.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1, 162-170.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (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, 1-12.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power of Brand's*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power of Brand's*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 5, 1-12.
- Rohwiyati, & Praptiestrini. (2019). The Effect of Shopee e-Service Quality and Price Perception on Repurchase Intention: Customer Satisfaction as Mediation Variable. *Indonesian Journal of Contemporary Management Research*, 1, 47-54.

- Rumasukun, M. R. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Antara Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Bedak Wardah di Matahari Departement Store Jayapura. *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 99-106.
- Safitri, A. N. (2022). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-Bisma)*, 1(1), 1-9.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit PT. Indeks.
- Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah MEA*, 3(3), 223-231.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dengan Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, M. (2007). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis ekonomi*. Yogyakarta: Yogyakarta Pustaka Baru.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tarofder, A. K., Nikhashemi, S. R., Azam, F., Selvantharan, P., & Haque, A. (2016). The Mediating Influence of Service Failure Explanation on Customer Repurchase Intention Through Customers Satisfaction. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 8(4), 516-535.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Walker, O. C., Boyd, H. W., & Larreche, J. C. (2005). *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat-Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

<https://trends.google.com/home> diakses pada 8 oktober 2022

<https://shopee.co.id/ventela> diakses pada 26 januari 2023