

## DAFTAR PUSTAKA

- Ain, N., & Ratnasari, R. tri. (2015). *Pengaruh citra merek melalui sikap konsumen terhadap niat beli ulang pada produk busana muslim zoya disurabaya*. JESTTU niversitas Airlangga, 2(7), 553–569.
- Ambar Lukitaningsih, Nonik Kusuma Ningrum, Farid Alif Muttaqin. Pengaruh *Brand Image, Store Atmosphere, Product Quality* dan *Service Quality* terhadap niat Beli Ulang (survei Pada Pelanggan Mie Gacoan Yogyakarta). Volume 7, 1 (2023): 372-378.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Fakaubun, K. U. F. (2019). *Pengaruh Citra Merek terhadap niat Beli Ulang seperti adidas di Malang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening* (survei Pada Toko Sport Station Dinoyo Malang) Umami Fitri Kalsum Fakaubun Pendahuluan niat beli ulang pelanggan atas. 4(September), 221–234.
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Jasa*, Penerbit Banyumedia Publishing, Ikapi Jawa Timur 2017.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4: Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. Andi.
- Faradiba, and S. R. Tri Astuti, 2019 "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap niat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang)," Diponegoro Journal of Management, vol. 0, pp. 59-69.
- Ferdinand, Augusty. 2002. "Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah Studi

- Pendahuluan”. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol.1, No.1, (Mei), p. 107- 119.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang Harnanto. 2017. *Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis*. Yogyakarta: BPF.
- Ginting, R. 2011. *Penjadwalan Mesin*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hudzaifah. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap niat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (survei Pada Konsumen Samsung Smartphone di Undip)*.
- I G. A. Pt. Riana Pramesti Dewi, 'Peran Kepuasan Konsumen Memediasi. Relationship Among Tourist's Experiential Marketing, Experiential Value and Satisfaction', *E-Jurnal Manajemen*, Vol 8. No. 5, 2019 : 2722-2752.
- iDewi Putra, S. M., & Ekawati, W. N. (2017). *Pengaruh Inovasi Produk Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa*, 6 (3), 1674-1700.
- Juwairiyah, Syaima., 2019. “Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Perceived Price Terhadap Repurchase Intention Pada Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air (Studi Pada Mahasiswa/I S1 Universitas Brawijaya Malang)”.
- Ketut Joni Santika, Kastawan Mandala. 2019, 'Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang', *E-JurnalManajemen*, Vol 8. No. 10, 2019 : 6139-6158, diakses 1 Juni 2022.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P, & Amstrong, G.,(2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition* England: Pearson Education.
- Kotler, P, dan Keller, K, L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT . Indeks.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- M. T. Ghassani, and S. Suryoko, "*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap niat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (survei Pada Pelanggan Pt. Bandeng Juwana Elrina Semarang)*," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 6, no. 4, pp. 311-319, Aug. 2017.
- Mohammad Rifki Arif Wicaksono, Suryono Budi Santoso. *Pengaruh kualitas Produk, Kualitas Layanan ,dan Persepsi Harga Terhadap niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. *ejournal-s1.undip.ac.id*, vol 11 no 3 tahun 2022.
- Murwanti, S., dan Pratiwi, A. P. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap niat Beli Ulang Jasa Service Motor dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Mediasi (Studi pada Bengkel Motor AHASS Cabang UMS)*. Publikasi Ilmiah UMS.
- Paramitha, P. A., Saerang, I. S., & Soegoto, A. S. *Pengaruh Inovasi dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening*. *E-journal .unsrat.ac.id*. Vol 7, NO 4 2019.
- Putra, A, S. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Smartphone Lenovo DI Diy*. *Jumat Manajemen Bisnis Indonesia (Jambi)*, 7(3), 252-260.
- Sari, N. K. L., & Santika, I. W. (2017). *Pengaruh Brand Image, Brand Assocation, dan Brand Awareness terhadap Repurchase Intention Produk Smarthphone Merek Asus*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8), 4099–4126.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5748–5782.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business. In A Skill-Building Approach* (Seventh Ed, hal. 237–266). Chichester: Wiley.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2016. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, 7th Edition. New Jersey: Wiley.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2017. *Pemasaran Strategik Edisi 3 : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-marketing* Yogyakarta : andi.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketujuh. Yogyakarta : Andi.
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2020). *Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and e-satisfaction*. *Marketing Intelligence and Planning*, 38(4), 401–415. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0072>.
- Yudhiet Fajar Dewantara. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap niat Beli Ulang Di Union Deli Grand Indonesia*.vol 4,no 2 (2021).