

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S, (2018), Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi), Depok, PT. Raja Grafindo Persada.
- Arif, M. E. (2019). The Influence Of Electronic Word Of Mouth (Ewom), Brand Image, And Price On Re-Purchase Intention Of Airline Customers. *Journal of Applied Management*, 17(2), 345-356. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.02.18>
- Astuti, Miguna, Nurhafifah Matondang (2020), Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media, Edisi 1, Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). Dasar- Dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Ariana, Ketut Nova (2023) PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI SEPATU VENTELA DI KOTA SINGARAJA.
- Assauri, S, (2018), Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi), Depok, PT. Raja Grafindo Persada.
- Beneke, Justin dan Natalia Zimmerman, (2014). Beyond Privat Label Panache : The Effect of Store Image And Perceived Price on Brand Prestige. *Journal of Consumer Marketing*. 31(4), 301 – 311.
- Cockrill, Antje & Mark M.H. Goode. (2010), Perceived Price And Price Decay In The DVD Market., *The Journal of Product and Brand Management*, 19 (5): 367-374.
- Dian, Jonathan Robby (2023) PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SEPATU VENTELA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei Pada Pelanggan Sepatu Ventela di Daerah Istimewa Yogyakarta).
- Fandy Tjiptono. (2012). Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Imbas Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Pada Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1).
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan (2015). Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, Jr., Joseph F., et. al. (2011). *Multivariate Data Analysis*. Fifth Edition. New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- Indiarti, T. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI* (Studi Kasus pada Pelanggan Coklat Cafe Yogyakarta). UNIVERSITAS SANATA DHARMA.
- Indrasari, M. (2019), *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya, Unitomo Press.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary.(2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2017). *Marketing Manajement*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gary.(2016). *Dasar-dasar Pemasaran*.Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga. P125.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, Gary. (2012), *Principles of Marketing* (14E), New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller L. Kevin., (2012), *Marketing Management* (14E), New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller L. Kevin., (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller L. Kevin., (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Lestari, R., & Elwisam. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap*. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(63), 7495–7520.
- Lovelock, Cristopher H. & Lauren K. Wright.( 2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.

- Mahendrayanti, M., & Wardana, I. M. (2021). THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION , PRODUCT QUALITY , AND SERVICE QUALITY ON REPURCHASE INTENTION Made Mahendrayanti , I Made Wardana. American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR), 5(1), 182–188.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. (2000). Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Peter, J Paul dan Olson, J.C. (2014). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Salemba Empat.
- Prihatini, W., & Gumilang, D. A. (2021). The Effect of Price Perception, Brand Image and Personal Selling on the Repurchase Intention of Consumers B to B of Indonesian General Fishery Companies with Customer Satisfaction as Intervening Variables. European Journal of Business and Management Research, 6(2), 91–95. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.2.756>
- Palma, Marisa & Andjarwati, Anik. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMUDAHAN, DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya). Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen. [16. 84. 10.17970/jrem.16.60106.ID.](https://doi.org/10.17970/jrem.16.60106.ID)
- Rohwiyati, R., & Praptiestrini, P. (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, Vol. 1, No.1, 47-54.
- Rumasukun, M. R., Akbar, M. A., Yendra, & Lafiatur, U. L. (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.
- Sangadji, Etta, Mamang dan Sopiah. ( 2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV. Andi Ofset.
- Solomon, Michael.R. Consumer Behavior(Edisi Tujuh). Pearson Prentice Hall. United States of America. 2007.
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. Equilibrium : Jurnal Ilmu Manajemen, 1(1), 32–38. [https://doi.org/10.56393/equilibrium.v1i1.55.](https://doi.org/10.56393/equilibrium.v1i1.55)
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung:alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Supriyanto, Achmad Sani dan Vivin Maharani. (2013). Metode Penelitian Sumber Daya Manusia Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data. Malang: UIN-Malang Press.
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. (2019). Metode Penelitian untuk Bisnis II: Pendekatan Pengembangan-Keahlian 6th Edition. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang beras Batang Gadis di Agen S. Riyadi melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 3(3), 223-231.
- Tjiptono, Fandy. (2016). Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4. Yogyakarta: Andi. Santoso, Singgih 2015. Menguasai Statistik Multivariat Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS. 2015. Jakarta: PT Elex Media Komputinda.
- Wiyono, G. (2011). Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS dan SmartPLS. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.

<https://trends.google.com/home> 11 September 2023

<https://shopee.co.id/910sportwear> 11 September 2023

<https://910.id/>

<https://www.worldfootwear.com/news/the-world-footwear-2023-yearbook/8981.html>