

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, S. D. A., & Fauziah, A. N. (2023). The Influence of Price, Product Quality, And Promotion On Repurchase Interest With Customer Satisfaction As An Intervening Variable On Maybelline Products. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(2), 486-497.
- Alfaizi, Y. (2023). The Influence of Product Quality, Online Promotion and Price Perception On Buying Interest In Kopi Kenangan At Epicentrum Mall. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(3).
- Aprilia, N. R., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen OKUI Kopi 3.0 Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(2).
- Atmojo, D. P., Setiadi, P. B., & Rahayu, S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran, Fasilitas Outlet Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Pada Outlet Dear Sisters Sidoarjo. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 76-84.
- Ayuni, R. D., & Khairani, K. (2018). Strategi Promosi Properti Melalui Advertorial (Studi Advertorial PT. Herlina Perkasa Pada Koran Radar Banjarmasin). *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Bartono, P. H., & Ruffino, E. M. (2005). *Food product management di hotel dan restoran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Burhan, G. F., Mansur, A., & Immawan, T. (2020). Perencanaan Strategi Pemasaran Berdasarkan Customer Value. *Prozima*, 4(2), 29-40.
- Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS CAFĀ%). *Journal of Management*, 2(2).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP

- Gosal, Steven dan Audita Setiabudi. (2020) .Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice & Smoothieszone. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, Vol 5, No 4 Hal 1-19.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective (Vol. 7): Upper Saddle River, NJ: Pearson.*
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Kumalasari, B., & Asandimitra, N. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kinerja UMKM di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 784-795.
- Magfirah, D., & Fadhillah, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Es Krim Mixue Sentani di Kab. Jayapura. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(11), 108-121.
- Nurfitriana, S., & Iriani, F. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Sebatik*, 22(2), 56-63.
- Oentoro, D. (2012). Manajemen pemasaran modern. *Yogyakarta: Laksbang Pressindo*.
- Pujiati, H., Yosepha, S. Y., & Aditia, Y. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli kopi kenangan pada mall ambassador, jakarta selatan. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 6(2), 88-100.
- Resmi, N., & Wismiarsi, T. (2015). Pengaruh kemasan dan harga pada keputusan pembelian minuman isotonik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 13(1), 1-20.
- Rinaldi, A., & Santoso, S. B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Traveloka Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1-14.

- Safar, M. A., & Nainggolan, B. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan Ruko Muara Karang. *Human Capital Development*, 10(1).
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Simamora, Henry.(2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi 1*. Yogyakarta: STIE YKPN Yogyakarta.
- Sugiharto dan Sitinjak. (2006). *Lisrel*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulistiyari, I. N., & YOESTINI, Y. (2012). *Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli produk oriflame (studi kasus mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Suryaningtyas, A. P., Basalamah, M. R., & Wahyuningtyas, N. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Product Quality Terhadap Pembelian Ulang Ice Cream Mixue (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Sutandar, E., Maryam, S., & Prasetyo, N. A. (2022). Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Tabungan Negara. *Kompleksitas*, 11(1), 61-69.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa “Prinsip, Penerapan, dan Penelitian”*, Edisi 1. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Yuliantiningsih, A., & Rahardjo, S. T. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Bandeng Juwana Elrina). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 695-705.
- Yunisya, N., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh Servicescape Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Gigggle Box Cafe & Resto Cihampelas Walk Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(2), 120-13