

## DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, B. C. and Santosa, S. B. (2018) 'Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com)', *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), pp. 1–20.
- Ahmad, M., Tinneke, M. T. and Kalangi, J. A. F. (2020) 'Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado', *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 10(1), pp. 25–31.
- Ali, S. F., Mandei, J. R. and Rumagit, G. A. J. (2020) 'Analisis Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa Jilid 57 Di Kota Manado', *AGRIRUD: Journal of Agribusiness and Rural Development*, 2(2), pp. 185–196.
- Arikunto, S. (2016) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Bahar, A. and Sjahrudin, H. (2015) 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Pada Konsumen di McDonald's Alauddin Makassar', *Jurnal Organisasi Dan Manajemen Volume*, 3(9), pp. 14–34.
- Dimiyati, M. and Subagio, A. (2016) 'Impact of Service Quality, Price, and Brand on Loyalty with the mediation of Customer Satisfaction on Pos Ekspres in East Java', *Mediterranean Journal of Social Sciences MC SER Publishing*, 7(4), pp. 74–85. doi: 10.5901/mjss.2016.v7n4p.
- Dwi, S. (2016) 'Pembelian ( Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang ) Pendahuluan Tahun Penjualan Perkembangan (%)', 5, pp. 63–70.
- Fajriana, M. and Rusdi, F. (2020) 'The Influence of Use Rock and Metal Theme as Brand Image to Consumer Buying Interest Lawless Burgerbar Kemang', in *Proceedings of the 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020)*, pp. 1042–1045. doi: 10.2991/assehr.k.201209.165.
- Fatimah, S., Rosliana, L. and Sulistiani, N. W. (2013) 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Coffeeshop Di Samarinda', *Ejurnal.Untag-Smd.Ac.Id*, 1(1), pp. 1–8.
- Febrini, Irma Yanti., Retno Widowati PA, dan Misbahul Anwar. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol 10. No.1, 35-52.

- Firmansyah, M. A. (2018) *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Deepublish Publisher. doi: 10.31227/osf.io/pfjhz.
- Firmansyah, M. A. and Mahardika, B. W. (2018) *Pengantar Manajemen, Deepublish*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Ghotbabadi, A. R., Feiz, S. and Baharun, R. (2015) 'Service Quality Measurements: A Review', *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(2). doi: 10.6007/ijarbss/v5-i2/1484.
- Ghozali, I. (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hamdat, A. *et al.* (2020) *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif Mirra Buana Media.
- Hudaya, A., Djumarno, D. and Djubaedah, S. (2021) 'The influence of service quality and Product Quality on customer satisfaction that implications on repurchase intention', *Journal of Business Strategy and Execution*, 3(2), pp. 154–175.
- Indrasari, M. (2019) *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Indrawati, D. (2015) 'Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab "Zoya"', *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15(2), p. 302. doi: 10.17970/jrem.15.150207.id.
- Irawan, D. *et al.* (2015) 'Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya', *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3, pp. 475–488.
- Irawan, M. R. N. (2020) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya', *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), p. 140
- Irfan, A. *et al.* (2021) 'The Effect of Bundling Strategy, Price Perception, and Brand Image on Purchase Decisions (Study on Local Fast Food Retailers in Bali Indonesia)', *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 6(5), pp. 295–299.
- Ivana Sianturi, C. *et al.* (2019) 'The Influence of Service Quality and Promotion on Consumers' Repurchase Decision with Shopping Life Style as a Variable Moderating at Franchise Minimarket in Medan', *International Journal of Research & Review*, 6(5), pp. 32–39

- Kabalmay, Y. A. D. (2017) “‘Café Addict’ : Gaya Hidup Remaja Perkotaan (Studi Kasus pada Remaja di Kota Mojokerto)’, *Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga*, 13(3), pp. 1576–1580.
- Katubi (2020) ‘Analisis Gaya Hidup, Bintang Iklan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Dilakukan pada Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen)’, *Smooting: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 18(3), pp. 203–219.
- Kitipattarapoomikul, Y. (2013) ‘A Relationship between Perceived Behavioral Control , Customer Satisfaction , Subjective Norm , Belief , Attitude and Repurchase Intention toward Wine Consumption of Generation Y’, *International Conference on Business, Economics, and Accounting*, 20(23), pp. 1–11.
- Kotler, P., dan Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Laila, U. N., Rachma, N. and Priyono, A. A. (2017) ‘Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening’, *Jurnal Riset Manajemen*, pp. 127–150.
- Lestari, C. A. and Suryowati, B. (2020) ‘Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Minuman Haus Di Jakarta’, *Ekonomi dan Bisnis Trilogi*.
- Lingkan, M. (2016) ‘Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado’, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol.16(No.01), pp. 493–502
- Loebnitz, N. and Grunert, K. G. (2021) ‘Let us be realistic: The impact of perceived brand authenticity and advertising image on consumers’ purchase intentions of food brands’, *International Journal of Consumer Studies*, 5(1), pp. 1–15. doi: 10.1111/ijcs.12679.
- Marlius, D. and Putriani, I. (2020) ‘Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat dari Kualitas Layanan Customer Service’, *Jurnal Pundi*, 3(2), p. 111. doi: 10.31575/jp.v3i2.151.

- Mensah, Ishmael., dan Rebecca Dei. (2018). Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurants on University of Cape Coast Campus. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing* vol. 4, Issue 1, pp 27-36.
- Minh, Ngo Vu., dan Nguyen Huan (2016). The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal of Competitiveness*. Vol. 8, Issue 2, pp. 103 – 116.
- Miranda, R. and Nurdasila (2020) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Jasa Transportasi P.O Simpati Star Di Kota Banda Aceh’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(2), pp. 310–321.
- Moven, J. C. and Minor (1998) *Consumer Behavior*. 5th edn. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Mulyawan, R. (2016) *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. Bandung: UNPAD Press.
- Nainggolan, N. T. *et al.* (2020) *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nguyen, N. (2020) ‘Attitudes and Repurchase Intention of Consumers Towards Functional Foods in Ho Chi Minh City, Vietnam’, *International Journal of Analysis and Applications*, 18(2), pp. 212–242. doi: 10.28924/2291-8639-18-2020-212.
- Panuju, R. (2019) *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*, Prenada Media. Jakarta: Prenada Media Group
- Putri, B. R. T. (2017) *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Qin, Z. and Surachaikulwattana, P. (2019) ‘The Relationship Among Socialenvironment, Perceived Value, Customer Satisfaction And Repurchase Intention In Ice Cream Franchise’, *UTCC International Journal of Business and Economics (UTCC IJBE)*, 11(3), pp. 75–98.
- Rahmawati (2016) *Manajemen Pemasaran, University Mulawarman*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Ramlah, M., Istiatin, I. and Mursito, B. (2021) ‘Consumer Purchasing Behavior Is Reviewed From Lifestyle, Socioeconomic Environment, Characteristics (Mcdonald’s Surakarta Consumer Case Study) 1Ramlah’, *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJE BAR)*

*Peer*, 5(3), pp. 1–23.

- Rukajat, A. (2018) *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Safitri, K. (2017) ‘Analisis Pengaruh Customer Experience dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Storia Cafe MMXVI’, *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 3(1), pp. 66–75.
- Setyarko, Y. (2016) ‘Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online’, *Ekonomika dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), pp. 128–147.
- Setyowati, E. and Wiyadi (2017) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemeditasi’, *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), p. 102. doi: 10.23917/dayasaing.v18i2.4507.
- Shinta, A. (2011) *Manajemen pemasaran*. Malang: UB Press.
- Sugiyono (2016) *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Remaja Rosdakarya Offset.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supit, V., Mandey, N. H. and Marentek, M. R. (2021) *Perilaku Konsumen, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Manado: POLIMDO PRESS.
- Tasnim, T. *et al.* (2021) *Komunikasi Pemasaran, Yayasan Kita Menulis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Thayarnsin, S. L., Laohaviraphap, T. and Wetchasart, P. (2021) ‘The Effect of Risk and Image on Repurchase Intention of Street Food in the Covid-19 Era’, *International Journal of Social Science Research (IJSSR)*, 3(2), pp. 34–43.
- Tjiptono, F. (2011) *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. 2nd edn. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2012) *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. and Chandra, G. (2012) *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wingsati, W. E. and Prihandono, D. (2017) ‘Pengaruh Penanganan Kegagalan

Layanan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen', *Management Analysis Journal*, 6(2), pp. 1–11.

Xiao, A., Yang, S. and Iqbal, Q. (2018) 'Factor Affecting Purchase Intention in Generation Y: An Empirical Evidence From Fast Food Industry in Malaysia', *Administrative Science*, 9(4).

Yasin, A. A. and Achmad, G. N. (2021) 'Influence of Word of Mouth and Product Quality on Purchase Decisions and Repurchasing Interest', *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2), pp. 410–419.

Zainurossalamia, S. (2020) *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja.