

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiguno, S., Syahra, Y., & Yetri, M. (2022). Prediksi Peningkatan Omset Penjualan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Sistem informasi TGD*. Vol. 1, No. 4:275-281.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. AB Publisher, Yogyakarta. ISBN 978-602-61328-7-1.
- Aldi, J. (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 17–29.
- Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- Fandy, Tjiptono, PH.D. (2015 : 345). *Strategi pemasaran*, Edisi Salemba Empat, Penerbit Andi. Yogyakarta
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
- Fathoni, M. K. (2021). Transaksi Kerjasama Pembiayaan Produk Ritel Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 5(1), 47–61. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v5i1.298>
- Fatimah, S., & Hidayati, A. N. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Kasus pada Konsumen Alma Gallery Shop Tulungagung). *Jurnal Ekonomika*. Vol. 6, No. 2.
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi Ke 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hafidh Fauzi, D. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). 2(6). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. Vol. 2. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6>
- Hair, et al. 2014. *Multivarivate Data Analysis*. 7th edition. New jersey:Pearson Prentice Hall.

- Hidayat, T. (2020). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Atha Mandiri Dukuhwaluh).
- Ismaya. (2021). Analisis Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Pada Waroeng Market Flamboyan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (2nd ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012) *Principles of Marketing Global 14th edition*. New Jersey: Prentice.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2015. *Marketing an Introductory Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In Pearson Edition Limited.
- Kusumasari, I. R. (2023). Analisis Pengaruh Fitur Dan Harga Terhadap Kepuasan Penggunaan Aplikasi Freemium Canva.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. Dalam *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e* (Vol. 2, Nomor 3).
- Mauludi, A., & Medytarisa, A. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk Dan Display Layout terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Grosir Wijaya Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Riset Ekonomi*. Vol. 2, No. 5.
- Paramita, R.W. D., Rizal, N., & Sulistyan. R. B. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi Ketiga, Jawa Timur: Press Widya Gama
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, I(1): 7 – 12.

- Ridwan, M., & Noviarni. (2021). Pengaruh Tempat Usaha Dan Kelengkapan Produk Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Pada Supermarket Bangunan. *Jurnal Kompetitif*, 10(2), 84–95.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Sari, D. N. P., & Astutiningsih, S. E. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha, Popularitas Merek, Variasi Produk, Kepercayaan, Gaya Hidup terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Aliyah Scraf Tulungagung melalui Budaya. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 8(2), 363–384.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Keislaman*. Vol. 1, No. 342-351.
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol. 1, No. 235-240.
- Yani, D. S., & Zaini, A. (2018). Pengaruh Faktor Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Pembelian Ulang Pada Ramayana Departement Store di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 415–420.
2021. Pedoman Penyusunan Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Kudus. Hal. 1-58.
- <https://databoks.katadata.co.id/>, diakses pada 2 Maret 2023
- <https://www.superindo.co.id/>, diakses pada 22 Juli 2023
- <https://www.infojatengpos.com/>, diakses pada 4 Agustus 2023