

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, dkk., 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Keragaman Produk Sparepart Toyota Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening, *Journal Of Management*, Vol. 4, No. 4, Hal. 3-9.
- Alvian, M.S., dan Prabawani, B., 2020. Pengaruh Sales Promotion Dan Keragaman Produk Pada Shopee Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 2, Hal. 191-200.
- Anggila, D. J., & Subandrio, S., 2022. Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan Advertising (Iklan) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Tokopedia, (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, Vol. 3, No. 2, Hal. 167-182.
- Anshorulloh, A. 2020. Influence of Customer Satisfaction, Trust, and Price on Repurchase Interest in Online Shop. *SSRN Electronic Journal*.
- Buchari, Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Burman, Fitrah All. 2019., The Effect of Website Quality and Brand Image on Consumer Purchase Decisions with Trust as an Intervening Variable (Case Study at Bukalapak.com), *European Journal of Business and Management*, Vol. 11, No. 28, Hal. 76-82.
- Darmatama, M. dan Erdiansyah, R., 2021. The Influence of Advertising in Social Media and Beauty Product Image on Consumer Purchase Decisions, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol. 570, No. 04, Hal. 888-892.
- Darmawan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fatihudin, D., dan Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, disertai Ilmiah Manajemen*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Haryono, S. dan Wardoyo, P. 2013. *Structural Equation Modeling (SEM) untuk penelitian Manajemen*. Jakarta : PT. Intermedia Personalia Utama Jakarta.
- Hasan, Ali. 2018. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (cetakan pertama). Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hendi, D., Rini, E.S., dan Silalahi, A.S., 2022. The Influence of Integrated Marketing Communication, Brand Ambassador on Purchase Decisions through Brand Awareness, and Brand Image as Intervening Variables at Tokopedia in Medan City, *International Journal of Research and Review*, Vol. 9, No. 4, Hal. 217-229.
- Hidayah, A., dan R.A.E.P Apriliani., 2019. Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan), *Journal Of Economic, Business And Engineering*, Vol. 1, No. 1, Hal. 24-31.
- Ikhsani, K., 2020. Purchase Decision Model: Price Analysis and Brand Awareness Towards Repurchase Interest, *Journal of Marketing and Consumer An International Peer-reviewed Journal*, Vol. 73, No. 02, Hal. 9-16.
- Jaherman. R., Hoesin, W., dan Kurniawan,I., 2022. The Effect Of Service Quality And Price On Consumer Purchase Decisions Through Purchase Interest On Online Shopee Shopping Sites In Indonesia, *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, Vol. 1, No. 8, Hal. 841.848.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-dasar Periklanan Cetak ke Empat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Japarianto, E. dan Stephanie, A., 2020. Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Intervening Variable pada E-Commerce Shopee, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 1, Hal. 35-43.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014, *Principles of Marketing*. 12<sup>th</sup> Edition. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> edition. United States: Pearson Education. Diponegoro. Semarang.

- Kurniawan, Agung Widhi dan Zarah Puspitaningtyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Mastuti, G.A.M., Haris, I.A., dan Sujana, N., 2019. Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Merek Honda Pada Dealer PT. Mertha Buana Motor Di Singaraja, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 11, No. 2, Hal. 448-453.
- Morissan. 2015. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nuraeni, Y.S., dan Irawati, D., 2021. Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Ubsi), *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 9, No. 4, Hal. 439-450.
- Praja, Y., 2022. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal di Kabupaten Bondowoso, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 08, No. 01, Hal. 31-41.
- Prosenjit, G., & Anwesani, G., 2021. An Unusual Case of Video App Addiction Presenting as Withdrawal Psychosis, *International Journal of Recent Scientific Research*, Vol. 12, No. 1, Hal. 40455-40457.
- Radjab, E dan Jam'an, A. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B., 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening, *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 1, Hal. 1-12.
- Rumondor, P.E., Tumbel, A., dan Roring, F., 2019. Analisis Pengaruh *Word of Mouth*, Iklan dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Yamaha Mio pada Kalangan Mahasiswa Universitas SAM Ratulangi, *Jurnal EMBA*, Vol. 7, No. 2, Hal. 2571-2580.
- Shabrina, S. A. & Budiarmo, S., 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Holland Bakery Pandanaran Semarang, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 4, Hal. 475-481.
- Siyoto S dan Sodik A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta Literasi Media Publishing.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono, F . 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi Offset, Yogyakarta.

Tusanputri, A.V. dan Amron., 2021. Pengaruh Iklan dan Program Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada Platform E-Commerce TikTok Shop, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 23, No. 4, Hal. 632-639.

Universitas Muria Kudus. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi Prodi Manajemen FEB UMK*. Kudus. Universitas Muria Kudus.

