

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379.
- Azis, M. F., & Haryadi, D. (2022). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 180–188.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima* (Bintoro (ed.); Cetakan 1).
- Dharmmesta, S. B. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPF.
- Endarwita, Yuliza, M., & Kurniawati, H. (2023). The Influence Of Product Quality, Service And Web Design On Consumer Satisfaction In Shopping Online Through Shopee. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 1–14.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM* (Edisi 7). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40–57.
- Hariyanto, Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Konsumen Sebagai Variabel Intevening Pada Toko F3 Situbondo Hariyanto. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(9), 1784–1795.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (cetakan 1). Pressindo.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). Analisis pengaruh brand image, harga, kualitas, produk, dan daya tarik promosi terhadap minat beli ulang konsumen batik pekaloangan(studi pada pasar grosir setono batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31.
- Indriyani, F., & Helling, L. S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website , Kepercayaan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi*

*Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 5(1), 56–68.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid 1 (ed.); Edisi 9). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 2 (ed.); Edisi 13). Erlangga.
- Kristianto, A., Sawitri, N. N., & Achmad Harianto, R. (2022). Analysis Effect of Price, Service Quality and Marketing Relationship on Repurchasing Interest With Customer Satisfaction As Intervening Variable in Cv. Bekasi Unggas. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(3), 488–498.
- Kurniawan, Agung, W., & Zarah, P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Kusumadewi, N., & Saraswati, T. G. (2020). Pembelian Ulang Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 6476.
- Leonardo, B. R., Wenas, R. S., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1721–1730.
- Linardi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop RI\_Watch. *Agora*, 7(1), 5.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- 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)*, 1, 182–188.
- Munawaroh, Sulaksono, H., & Hidayah, T. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Harga, Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Online Travel Agency (OTA) Traveloka.com. *JMBI : Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 2(1), 1–15.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Cet.7). Bumi Aksara.
- Mustakim, S., Ariswandy, D., Junaidi, & Ferdianti, H. (2022). E-Commerce Blibli Pada Mahasiswa Shopping Orientation , Purchasing Experience , and Price Perception on the Repurchase Intention of Blibli E-Commerce

- Consumers on Economic Education. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 8(2), 229–242.
- Nofrianda, H. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Industry/ Toko Bakery di Kota Bengkulu). *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 25(2), 28–35.
- Pirri, T., & Mulia, D. (2020). Analysis of the Effect of Product Quality, Price Perception, Brand Image and Promotion on Customer Satisfaction to Achieve Repurchase Intention (Fiesta Chicken Nugget). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(8), 595–602.
- Prasetya, W., & Yulius, C. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang: Studi Pada Produk Eatlah. *Jurnal Teknologi*, 11(2), 92–100.
- Rachmawati, I. K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen melalui Marketing Relationship di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 239–245.
- Reyfalda, N. M., & Arief, H. (2021). Jurnal bisnis mahasiswa. *Bisnis Mahasiswa*.
- Santoso, S. (2018). *Konsep Dasar dan Aplikasi Amos 24*. PT Elex Media Komputindo.
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 107–116.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. K. (2014). *Consumer Behaviour*. New Jersey Prentice Hall International, Inc.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 304–313.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Usman, O., & Anshorulloh, A. (2020). Effect of Customer Satisfaction, Trust, Price And Quality Service on Repurchase Interests in Online Shop. *SSRN Electronic Journal*.

- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa* (Cetakan 1.). PT. Indeks.
- Wulandari, Z. P., Mulyati, A., & Tjahjono, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1), 1–14.
- Yudarningsih, P. D., & Kawiana, I. G. P. (2022). Peran Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(2), 458–467.
- Pedoman Penyusunan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.2021. Ketua Program Studi Manajemen.*

