

## DAFTAR PUSTAKA

- Administrator. (2020). *Terdampak Pandemi Corona (Covid-19), Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Loyo*. Facsekuritas.Co.Id. <https://www.facsekuritas.co.id/news/corporate-action/terdampak-pandemi-corona-covid-19-penjualan-air-minum-dalam-kemasan-loyo>.
- Alvian, M. S., & Prabawani, B. (2020). Pengaruh Sales Promotion Dan Keragaman Produk Pada Shopee Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(2), 191–200.
- Andrew, C. W., & Joseph, S. (2017). *Toward a More Productive Dialogue between Stakeholder Theory and Strategic Management* (Stakeholde).
- Ardiyansyah, M., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Muslim Sebagai Pemediasi. *Jurnal of Business & Applied Management*, 16(1), 79–90.
- Aria, P. (2017). *Divonis KPPU, Aqua Terbukti Larang Toko Jual Produk Le Minerale*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/pingitaria/berita/5a9e560cf046/divonis-kppu-aqua-terbukti-larang-toko-jual-produk-le-minerale>.
- Armstrong, & Kotler. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall* (Edisi 12). England: Pearson Education, Inc.
- Arya, I. G., Diputra, W., & Yasa, N. N. (2021). The Influence Of Product Quality, Brand Image, Brand Trust On Customer Satisfaction And Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(01), 25–34.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran (empat belas)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Award, T. B. (2023). *Komparasi Brand Index*. Topbrandaward.Com. [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=2&id\\_subkategori=432](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=432).
- Bernarto, I., Purwanto, A., & Masman, R. R. (2022). The Effect of Perceived Risk , Brand Image and Perceived Price Fairness on Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen*, XXVI(01), 35–50.

- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247.
- Dachlan, U. (2014). *Panduan Lengkap Structural Equation Modeling*. Semarang: Lentera Ilmu.
- Dewi, R. K. (2022). 2 Maret 2020, Saat Indonesia Pertama Kali Dilanda Covid-19. Kompas.Com. <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/nasional/read/2022/03/02/10573841/2-maret-2020-saat-indonesia-pertama-kali-dilanda-covid-19>.
- Djiauw, D. (2022). *Industri AMDK: Bisnis Komoditas dengan Prospek Luas*. Investabook.Com. <https://investabook.com/industri-amdk-bisnis-komoditas-dengan-prospek-luas/>.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghaffar, A. (2017). *Relevansi Ketersediaan Koleksi Perpustakaan Dengan Kebutuhan Informasi Pemustaka Pada Badan Perpustakaan Dan Arsip Daerah Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan*. Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, Y. M., Elvera, Yuliany, N., & Mico, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Minat Beli Ulang Terhadap Spotify Premium Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 551–564.
- Gosal, S., & Setiobudi, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&Smoothieszone. *Performa*, 5(4), 303–310.

- Hadi, A. S. (2021). The Influence of Product Attribute , Promotion Mix , Distribution Channel , and Price Toward Repurchase Intention on iPhone. *Asian Management and Business Review*, 1(2), 95–104.
- Hair, J. F., William, C. B., Barry, J. B., & Rolph, E. A. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Edisi 7). Pearson: Pearson New International ed.
- Hariyanto, Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(9), 1784–1795.
- Harjuno, P. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Distro Indigo Jombang*.
- Hartanto, A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di De Mandailing Cafe Surabaya. *AGORA*, 7(1).
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2015). *Structural Equation Modeling, Dictionary of Statistics & Methodology*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- \_\_\_\_\_. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Henryadi, T., & Zannati, I. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Imran, A. I., Samhuddin, & Salimin. (2018). Perancangan, Analisa, dan Simulasi Rangka Sepeda Listrik Untuk Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Sains Dan Seni Universitas Halu Oleo*, 9(2), 0–6.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Global). England: Pearson.
- Kimppa, K., Whitehouse, D., Kuusela, T., & Phahlamohlaka, J. (2014). *ICT and Society*. UK: Springer.

- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran* (H. Teguh (ed.)). Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* (Edisi 3). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Manajemen Pemasaran, Global Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Marketing Manajemen* (Edisi 15). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Mahemba, U. S. A. K., & Rahayu, C. W. E. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Studi Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. *Seminar Nasional UNRIYO*, 428–439.
- Marjan, L. (2018). *Hubungan Tingkat Pendidikan Terhadap Tingkat Pengetahuan Orangtua Dalam Swamedikasi Demam Anak Menggunakan Obat Parasetamol*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses*. Yogyakarta: Kobis.
- Napitupulu, F. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *KINERJA*, 16(1), 1–9.
- Nurmalasari, A., Hans, N., & Wijaya, S. (2022). Consumer Satisfaction , Consumer-Brand Identification , and Repurchase Intention. *Jurnal Maksipreneur : Manajemen, Koperasi, Dan Kewirausahaan*, 12(1), 1–10.
- Olson, J. C., & Peter, J. P. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Edisi 9). Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Consumer Behaviour and Marketing Strategic* (Edisi 8). Boston: McGraw-Hill. Terjemahan Diah Tantri Dwi Andani: Jakarta, Erlangga.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen Dan Marketing Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Prabowo, S. A. (2018). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(7), 115–126.
- 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.
- Purnamawati, N. L. A., Mitariyani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. *VALUES*, 1(8), 171–181.
- Purwati, M., Purwanto, H., & Apriyanti. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Indomaret Seluruh Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, 4(1).
- Putera, A. K., & Wahyono. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 7(1).
- Putri, K. A. A. A. D., & Rastini, N. (2022). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Teh Gelas Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen*, 11(10), 1771–1791.
- 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*, 6(1), 1–12.
- Rasmana, F. A. S., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 114.
- Safitri, A. N. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 1–9.
- Saidani, B., & Ramadhan, D. R. (2013). Pengaruh Iklan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy. *Jurnal Riset Manajemen*, 4(1), 12.

- Salsabila, C., Umbara, T., & Setyorini, R. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Somethinc. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 668–679.
- Sangadji, E. ., & Sopiha. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2021). The Effect Of Brand Image, Product Quality, Quality Of Service, Price Perception And Place On Consumer Buying Interest In Sido Kangen Bakso Pekanbaru. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 48–61.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21.
- Sentoso, F. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Crunchaus Salads Di Pakuwon Mall Surabaya. *AGORA*, 7(2).
- Shintaputri, I., & Wuisan, A. J. (2017). The Impact of Perceived Price towards Perceived Value Through the Mediation of Perceived Quality: A Case of Brand X Smartphone in Indonesian Middle-Class Customers. *Medianeliti.Com*, 5(1), 29–42.
- Sugiyanto, & Maryanto, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Esa Unggul Pengguna Iphone. *JURNAL PAPATUNG*, 4(2), 10–23.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cetakan 17)*. CV. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian & Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono, P. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploitatif, Enterpretif Dan Konstruktif* (Y. Suryandari (ed.)). Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumarwan, U. (2016). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)* (Edisi ke-2). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service (APS).
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryawan, I. G., & Suwandan, I. M. A. (2020). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Jegeg Bali Jayanti Di Kabupaten Badung. *Jurnal Akses*, 12(1), 1–15.
- Susanto, T. (2015). *Terapi Air Putih* (Cetakan 1). Yogyakarta: Medika.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPPFE.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Service, Quality & Satisfaction* (Edisi 3). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Yogyakarta: Bayu Medi Publishing.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction* (Edisi 4). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trihudyatmanto, M., & Riono, N. (2020). Peran Customer Familiarity Pada Product Quality , Retail Services Quality Dan Precived Value Dalam Repurchase Intention. *ResearchGate, December*, 13–29.

- Wardhani, A. R., Kusnadi, E., & Tulhusnah, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Azalea Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(4), 807–822.
- Welsa, H., Kurniawan, I. S., & Nagar, R. (2021). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Image Pada Konsumen Rocket Chicken. *Journal Competency of Business*, 5(1), 10–26.
- Wicaksana, M. R. A., & Santosa, S. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan JNE di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11, 1–12.
- Widjaya, I. I. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Dan Kualitas Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT . Hargen Nusantara. 1*, 1–11.
- Wiguna, I. P. Y. A., & Santika, I. W. (2020). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Sponsorship Terhadap Minat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 199–217.
- Yasri, Y., Susanto, P., Enamul, M., & Ayu, M. (2020). Price perception and price appearance on repurchase intention of Gen Y : do brand experience and brand preference mediate ? *Heliyon*, 6(November), e05532.
- \_\_\_\_\_. (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Kudus: Prodi Manajemen FEB UMK.