

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifif, F. F., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang. *Journal of Economics and Business*.
- Al Togar, M. H., & Al Hakim, Y. R. (2022). The Effect of Price Perception, Product Diversity, Service Quality and Store Image on Purchase Intention in Bread Products. *Journal of Marketing and Business Research*, 2(1), 2807–9175. <https://doi.org/10.56348/mark.v2i1.42>
- Anom, S., & Ali, H. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Sistem Informasi Pemasaran*. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i3>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2020). *Principles of Marketing 18e Global Edition*.
- Aryani, L., & Rusnovia, H. (2024). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa*. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2>
- Cahyono, K. E. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, PRICE DAN PROMOTION TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA BURGER KING. *Jurnal EKSEKUTIF Volume 18 No 2, 18*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*.
- Cordova, M. T. P., Padilla, N. D., & Bual, J. M. (2024). *Service Quality and Customer Repurchase Intention of a Local Restaurant in the Central Philippines*. [www.techniumscience.com](http://www.techniumscience.com)
- Doeim, A. R., Hassan, T. H., Helal, M. Y., Saleh, M. I., Salem, A. E., & Elsayed, M. A. S. (2022). Service Value and Repurchase Intention in the Egyptian Fast-Food Restaurants: Toward a New Measurement Model. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(23). <https://doi.org/10.3390/ijerph192315779>
- Febriyanto, N. A., & Widiartanto. (2022). KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI PADA PELANGGAN BURGERKING PARAGON SEMARANG). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis: Vol. X* (Issue 3).
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris*.
- Hamidah, N. , K. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran KFC (Studi Kasus Pada Kfc Kota Bima)*. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.2587>
- Harris, L. C., Kotler, P., Armstrong, G., & He, H. (2020). *PRINCIPLES OF MARKETING EIGHTH EUROPE AN EDITION*. [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)

- Hellier, Kotler, P., Geursen, Gus M, Carr, Rodney A, Rickard, & John A. (2003). *Customer repurchase intention A general structural equation model The Authors*. <http://hdl.handle.net/10536/DRO/DU:30002018>
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*.
- Jiwandono, A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA WARUNG BAKSO TIARA KEDIRI (STUDI PADA KONSUMEN BAKSO TIARA KEDIRI DI TULUNGAGUNG)*. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Kezia, Sutanto, J., Soediro, M., & Oktavio, A. (2023). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND STORE ATMOSPHERE TOWARDS CUSTOMER REPURCHASE INTENTION AT FAT-FAT RESTAURANT IN BEKASI. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 7(2). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kumesan, B. Y., Wenas, R. S., & Poluan, J. G. (2021). TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN DI RESTORAN CEPAT SAJI RICHEESE FACTORY BAHU MALL MANADO ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRODUCT DIFFERENTIATION, PRICE PERCEPTION AND PROMOTION ON CONSUMER PURCHASE INTENTIONS AT FAST FOOD RESTAURANT OF RICHEESE FACTORY BAHU MALL MANADO. In *Jurnal EMBA* (Vol. 9).
- Kurniawan, N. F., Henry, D., & Pranoto, S. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI PENJUALAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG CHATIME DI PAKUWON MALL SURABAYA. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 7, Issue 5).
- Laela, E. (2021). *KUALITAS MAKANAN, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA RUMAH MAKAN CIGANEA PURWAKARTA*.
- Lamb, C. W., Joe, F. hair, & Mcdaniel, C. (2024). *MKTG, 14th Edition: Principles of Marketing*. CENGAGE LEARNING CUSTOM P.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e* (Vol. 2, Issue 3).
- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (n.d.). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). 2019.
- Mahendrayanti, M., & Wardana, M. (2021). THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE QUALITY ON

- REPURCHASE INTENTION. In *American Journal of Humanities and Social Sciences Research* (Issue 5). [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Nasruddin. (2021). *PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA DI PT. HADJI KALLA CABANG PALOPO*.
- Novitasari, W., & Handayani, C. M. S. (2022). PENGARUH HARGA, LOKASI, WOM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA CAFE SENEWEN TIME SURABAYA. In *Journal of Sustainability Business Research* (Vol. 3, Issue 2).
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. (2021). PENGARUH SUASANA TOKO, KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.4651>
- Putri, N. N., Alkhalik, B., & Kusuma, A. C. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Gerai Es Teh Indonesia Di Kota Serang*. <https://jurnal.politap.ac.id/index.php/lipida>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. [www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)
- Saputra, R., & Putri, K. A. S. (2022). PERAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERULANG PADA PRODUK SUSU BEAR BRANDDI KOTA MALANG. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).
- Serhan, M., & Serhan, C. (2019). The Impact of Food Service Attributes on Customer Satisfaction in a Rural University Campus Environment. *International Journal of Food Science*, 2019. <https://doi.org/10.1155/2019/2154548>
- Setiawan, S. (2023). *ANALISA PARSIAL MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL Dengan Software SMART-PLS Versi 3 Untuk tenaga Kesehatan Edisi ke 5*.
- Setiawan, P. A., & Rastini, N. M. (2021). The Effect of Product Quality, Service Quality, and Atmosphere Stores on Customer Satisfaction and Its Impact on Repurchase Intention. In *American Journal of Humanities and Social Sciences Research* (Issue 5). [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Smith, A. (2020). *Consumer Behaviour and Analytics*.
- Solomon, M., White, K., & Dahl, D. W. (2019). *Consumer Behaviour Buying, Having, Being Seventh Canadian Edition*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*.
- Syahrir, Danial, Yulianda, E., & Yusuf, M. (2020). *APLIKASI METODE SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*.
- Syarifudin. (2019). *CITRA MEREK DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN*.
- Uluwiyah, A. N. (2022). *STRATEGI BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*.

- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Wirtz, Jochen., & Lovelock, C. H. . (2022). *Services marketing : people, technology, strategy*. World Scientific.