

DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, D. (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek Aqua. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Undip*, 1(1), 1–80.
- Basu Swastha Dharmamesta, & Handoko, T. H. (2002). *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen* (3rd ed.). Yogyakarta: Liberty.
- Erdawati, Yesi, E., & Eni, K. (2013). *Pengaruh Motivasi, Persepsi, Keluarga dan Harga terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIE YAPPAS Simpang Empat dan Lokasi Sebagai Variabel Moderating*.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ferdinand, A. T. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghassani, M. T. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG BANDENG JUWANA VACCUM MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PELANGGAN PT. BANDENG JUWANA ELRINA SEMARANG) Oleh: *Diponegoro Journal of Social and Political Science*, (Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja), 1–8.
- Hendarsono, G., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Jilid I). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). MarkKotler, P., & Keller, K. L. In *Global Edition*. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Latief, A. (2018). *Analisis Pengaruh Produk , Harga , Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa)*. 7(1), 90–99.

- Lestari, D., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2017). *PENGARUH ADVERTISING DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN*.
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakar: Salemba Empat.
- Muhammad Rizky Saleh Tabalema, Untung Sriwidodo, & Sumaryanto. (2016). *ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DENGAN WORD OF MOUTH POSITIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI*. 16.
- Mustapa, A., Pharamita, P. D., & Haisolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Keragaman Produk Sparepart Toyota Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management*, 4(4), 1–14.
- Nurhayati, & Wahyu Wijaya Murti. (2012). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG MASYARAKAT TERHADAP PRODUK HANDPHONE*. 8(2).
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Onggusti, V., & Alfonso, J. (2017). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Hotel Butik Bintang 3 Di Surabaya. *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis*, 168–183.
- Rahardian Ali Oetomo dan Rini Nugraheni. (2012). *Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*.
- Rahayu, L., & Elwisam. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap*.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan a-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45–53.
- Schiffman L., J., & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Jakarta.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDY.

Wulandari, R., Sri Wardiningsih, S., Widajanti, E., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, P. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Solo). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(Juni), 242–252.

Zeithaml, V.A., Bitner, M. J., & Gremler. (2006). *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the firm* (Fourth). New York: McGraw-Hill.