

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, A. S. (2016). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffe Time Kopo Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 31(1), 7–15.
- Aryadhe, P., & Rastini, N. (2016). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Di Pt Agung Toyota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(9), 254291.
- emadwiandr. (2013). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Getas, R. P. H., Monggot, B., Gundih, K. P. H., Perhutani, P., Tengah, J., & Ukur, G. (2011). *Bab iii metode penelitian 3.1. Gambar 4*, 22–34.
- Hermanto, K., & Cahyadi, I. (2015). Minat Beli Ulang Fast Food Ayam Goreng Tepung. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 561–573.
- Ii, B. A. B., & Konsumen, P. P. (2012). *The American Asociation*. 11–42.
- Khazin, A. (2013). Persepsi Pemustaka Tentang Kinerja Pustakawan Pada Layanan Sirkulasi Di Perpustakaan Daerah Kabupaten Sragen. *Menejemen*, 33. http://eprints.undip.ac.id/40779/3/BAB_III.pdf
- Lestari, P. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sosro. *Skripsi*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Lucas & Britt (2012). (2004). *Peranan Kepuasan Pelanggan Dalam Mediasi Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayan Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Dan Jasa Larissa Skincare Jember. i*, 16–45.
- Nasution. (2016). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 37–54. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nathan, A. J., & Scobell, A. (2012). How China sees America. In *Foreign Affairs* (Vol. 91, Issue 5, pp. 1689–1699). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nurfitriana, S., & Iriani, F. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan

Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Sebatik*, 22(2), 56–63. <https://doi.org/10.5281/SEBATIK.V22I2.308>

Oliver, J. (2019). *Hilos Tensados*, 1, 1–476. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Pengaruh, A., Image, B., Produk, K., Daya, D. A. N., Promosi, T., Minat, T., Ulang, B., Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). *Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan)*. 1(1), 24–31.

Pustaka, K., Pemikiran, K., & Hipotesis, D. a N. (2004). *Bab II Kajian Pustaka , Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis*. i, 16–45.

Rosita Rahmi. (2016). *Pada Lotte Mart Bekasi Junction*. 1(November).

Salam, H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Customer Trust dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Survey pada pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan Bandung). *Skripsi*, 20–82.

Sugiyono. (2011). *Iii, Bab Penelitian, Metode Dan, Jenis Penelitian, Pendekatan*. 42–61. <http://etheses.uin-malang.ac.id/835/7/11510096> Bab 3.pdf

Ui, F. E. (2009). *Pengaruh persepsi nilai...*, Agustina Kurniawati Hadi, FE UI, 2009.

Yang, A. F., Minat, M., & Ulang, B. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Pt Anugerah Avava Cemerlang Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28062>