

DAFTAR REFERENSI

- Adriyansya, R. Y. (2014). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kemenarikan Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian*.
- Dewi, H. K. (2021). Meski pandemi, Sociolla tetap ekspansif tambah gerai offline.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado). *Manajemen Pemasaran Jasa*, 4(1), 58.
- Fang, S. (2014). Empirical Study of Influential Elements of University Students' E-satisfaction. *International Journal of Business and Social Science*, 5(6), 122–130. Retrieved from http://www.ijbssnet.com/journals/vol_5_no_6_may_2014/13.pdf
- Faradisa, B. & M. (2017). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap MMinat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesia Coffe Shop Semarang (Icos Cafe). *Jurnal Manajemen*, 2(2).
- Fatkhan Amirul Huda. (2017). Pengertian Populasi, Sampel, Jenis Sampling, dan Teknik Sampling.
- Fauziah, E. (2017). Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfsction Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Bakoel Eskrim Gombang). *Manajemen STIE Putra Bangsa*, 1–8. Retrieved from <http://lib.stieputrabangsa.ac.id/repository/155502250.pdf>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (5th ed.)*. Universitas Diponogoro Press.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponogoro.
- Gunadi, E., Tanoto, R., Psi, S., & Extn, M. C. (2018). Hubungan Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan M-Sport Futsal Center. *Agora*, 6(1), 1–5.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis. *Vectors*. <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>
- Handika, M. R., Maradona, A. F., & Dharma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Manajemen Dan Bisnis Undiknas*, 15(2), 192–203.
- Hasanah, N., & President, U. (2020). Analisis Kualitas Layanan dalam Mendukung Kepuasan Pelanggan Shopee (Studi Kasus : Pelanggan Shopee di kota Bekasi). 33(2), 59–64.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 59–72. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>
- Jatmiko, Fadli, J. A., Sinaga, O., & Mudjiarto. (2020). Purchase Decision Making Model Based on Mental Accounting in the Day Old Chicken Industry in Indonesia. 1(6), 1153–1166. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.06.132>
- Jatra, I. M., & Utami, S. I. A. I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 1984–2000.
- Kanuk, Leon G. Schiffman, L. L. (2017). Comportamiento del consumidor. In *Pearson*.
- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2018). Consumer Behaviour - What is it? Definition, Examples and More.
- Krisnawati & Sulaeman. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Adhi Karya , Tbk. 8(3), 65–78.
- Lagita, L., & Briliana, V. (2018). Pengaruh Customer Satisfaction , Adjusted Expectation , Perceived Value , dan Perceived Usefullness Terhadap Online Repurchase Intention pada Pelanggan Lazada. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 8(April), 37–48.
- Mullins, John, W., & Orville, C. (2013). *Marketing management: a strategic*

decision making approach. New York: McGraw-Hill , 2013.

- Oktarini, M. A. S., & Wardana, I. M. (2018). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention. *Manajemen Unud*, 7(4), 2041–2072.
- 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.
- Print, I. N. (2020). *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Kosumen Pada Toko Roti Breadlife Cabang Bintaro Exchange*. 4(1), 62–78.
- R. Anggriana, N. Qomariah, B. S. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember*. 7(2), 137–156.
- Ratna, F. T. (2012). *PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi pada Konsumen Buket Koffee and Jazz)*.
- Ridwan, D. M. B. A., & Kuncoro, D. E. A. (2017). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. In *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*.
- Rossanty, Y., Nasution, muhammad dharma tuah, & Ario, F. (2018). Consumer Behaviour in Era Millennial. *Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah AQLI*, p. 186.
- Saidani, B., Ekonomi, F., Negeri, U., Arifin, S., Ekonomi, F., & Negeri, U. (2017). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Saintz, J. (2018). Pengaruh Perceived Service Quality Terhadap Repurchase Dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Fast Food Restaurant Di Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 12(2), 77–83. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.77>

- Salam, H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Customer Trust dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen. *Skripsi*, 20–82.
- Salamatun Asakdiyah. (2018). *Analisis Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Matahari Group di Daerah Istimewa Yogyakarta* (p. 130). p. 130.
- Semarak, J., & Semarak, J. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa sempurna laundry*. 4(3).
- Setyowati, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 102. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>
- Soebandhi, S., Wahid, A., Darmawanti, I., Wijaya, U., Surabaya, K., & Narotama, U. (2020). Service Quality and Store Atmosphere on Customer Satisfaction and Repurchase Intentionen. (*Bisnis Dan Manajemen*), 13(1), 26–36. <https://doi.org/10.26740/bisma.v13n1.p26-37>
- Srivastava, K., & Sharma, N. (2013). *Service Quality, Corporate Brand Image, and Switching Behavior: The Mediating Role of Customer Satisfaction and Repurchase Intention*. 34(4). Retrieved from <https://doi.org/10.1080/15332969.2013.827020>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. In ke-26.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran, edisi keempat. Edisi I. Yogyakarta: Andi*.
- Ulum, F., & Muchtar, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 68. <https://doi.org/10.33365/jtk.v12i2.156>
- Wiradarma, I. W. A., & Respati, N. N. R. (2020). Peran Customer Satisfaction

Memediasi Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Lazada Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 637. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p12>

Yolanda, & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Konsumen Pada Golden Cafe dan Resto. *Jurusan Pendidikan Ekonom*, 3(4), 584–597. Retrieved from file:///C:/Users/ASUS/Downloads/10507-18328-1-PB.pdf