

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir. (2001). "Dasar Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP". Yogyakarta : Penerbit Andi
- Adhikara, N. B., & Sugiono. (2015). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Jasa English Course (Studi Kasus Pada Konsumen ILP English Course Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 4(1), 1-12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Adriany, V. (2013). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa GO-JEK Melalui Kepuasan Pelanggan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Aliyan, M. I., Farida, N., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Citra Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Toko Gunung Agung Cirebon Mall). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 024, 1-9.
- Akbar, N. F. dan. L. N. (2017). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Studi kasus pada Furniture di Rangka Jaya Mebel Jepara. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 21-25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Anoraga , Pandji, 2005. *Manajemen Bisnis*, Cetakan ketiga, Jakarta: Rineka Cipta.
- Annisa, A. N., Suwandari, L., Adi, P. H. (2019). *Manajemen*, J., & Soedirman, U. J. Analisis Pengaruh Customer Experince , User Experince , Dan Hambatan Berpindah Terhadap Minat (Studi Pada Konsumen Go-Jek Di Kota Purwokerto). 9(1), 361-372.
- Armahadyani. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makan Paet Mur Karawang. *Jurnal Manajemen& Bisnis Kreatif*, Vol.3 no.2. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v3i2.253>
- Basu Swastha & Irawan. 2002, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi ke 2. Yogyakarta. Liberty
- Cahyaningrum, Novia dan Hotman Panjaitan, 2015. Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. [Http://repository.untag-sby.ac.id/1274/10/JURNAL.pdf](http://repository.untag-sby.ac.id/1274/10/JURNAL.pdf)

- Cendriono, N., & Eka Ardiana, T. E. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Dawet Jabung yang Dilihat dari Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 18(2), 188. <https://doi.org/10.29040/jap.v18i2.120>
- Fahr, A. (2008). Structural Equation Modeling. In *The International Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecs108>
- Faisal Fati Manggala. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Handphone Samsung Jenis Android Di Magelang. *SEGMEN - Manajemen*, 11(1B), 1-12.
- Fajar Sentosa. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Crunchaus Salads di Pakuwon Mall Surabaya. *Vol.7(2)*.
- Ferdinand, Augusty T., 2002, Kualitas strategi pemasaran: sebuah studi pendahuluan, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. I, No.1, (Mei), p.107-119
- Gofur, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Buana Ilmu*, 4(2), 234-252. <https://doi.org/10.36805/bi.v4i2.1137>
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States : Pearson
- Husain,Umar.2005.*Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*.Jakarta:PT.Gramedia Pusat.
- Hsu, Chang, & Sweeney. (2003). The Role of Adverstising Brand Switchingm *Journal of American Academy of Business*. Cambridge: ABI, INFORM Global. Irawan, Handi, 2004. Membedah strategi Kepuasan pelanggan. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta
- Irawan, Handi, 2008. Membedah strategi Kepuasan pelanggan. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta
- Irawan, Handi. 2009. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Elex Media Komputindo
- Irsa, N., & Sugiarto, P. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kesesuaian

- Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1-8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17418/16673>
- Joseph, O., Onyemachi, Lilian, K.-O., & Okpara, M. (2012). Analysis of the Determinants of Repurchase Intention of Soap Products of an Agribusiness Firm on Abia State, Nigeria. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 3.
- Kusumasitta. (2014). Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum di Taman Mini Indonesi Indah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, Vol.7 (1), 153. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v7i1.525>
- Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jilid 1. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Dasar-dasar pemasaran*. Edisi II. PT Indeks Kelompok Jakarta: Gramedia.
- Kottler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi kedua belas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Latmawati, Yulna Dewita Hia, R. V. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas produk, Selera Konsumen Terhadap Pembelian Ulang Beras Sipulau Di Kejorongan 3 Pangian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Tuan Muda). 1-9.
- Rambat Lupiyoadi,. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan praktik*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, 2010. “Beberapa Pokok Pelaksanaan Quality Control pada Suatu Perusahaan”, Tarsito, Bandung.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. Jurnal Ekonomi Volume, 7(2), 113-125.
- Makhfudin (2016). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Jurnal Manajemen Bisnis
- Mowen, John, C. dan Minor, Michael. 2002. Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi ke-5. Alih bahasa oleh Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Muiz, M., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang di Mediasi Variabel Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen GrabBike Online di Kota Malang). Jurnal Riset Manajemen, 08, 186-199.
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/2347/2204>
- M Mursid. (2014). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara Mowen, J.C. 2011. Perilaku Konsumen. Ahli bahasa. Dwi Kartini Yahya. Erlangga: Jakarta
- Nur Nasution, M. 2004, Manajemen Jasa Terpadu. Bogor: Ghalia Pustaka.
- Rambe, N., Maksum, C., & Jasin, M. (2017). Pengaruh Pelayanan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Pebelian Ulang Melalui Keputusan Pelanggan Dan Word Of Mouth. Ekobisman, 1(3), 241-261.
- Renata, S. S. dan M. (2013). Pengaruh Ketersediaan Produk dan Hrag Terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasa Pelanggan sebagai Variabel Intervening Dalam Study Kasus Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Cleo di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689-1699.
- Saladin. (2003). Manajemen Pemasaran. Bandung: Linda Karya.
- Setyawati, S. M. (2019). Dampak Integrasi E-Service Quality dan E-Satisfaction pada E-Repurchase Intention Konsumen Aplikasi GO-JEK Kategori GO-RIDE. Performance, Vol.26 (2), 77. <https://doi.org/10.20884/1.jp.2019.26.2.1630>
- Schiffman, L.G., and L.L. Kanuk. (1994). Consumer Behavior. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

- Simamora, Bilson. 2003. Membongkar Kotak Hitam Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sintya, L. I., Karuntu, M. M., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(3), 1778-1787. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20462>
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suliyanto. 2018. Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi.
- Supriyadi, Edi. 2014. SPSS + AMOS Statistical Data Analysis, Penerbit IN MEDIA, Jakarta
- Suryana, P., & Dasuki, E. S. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang. Trikonomika, 12(2), 190. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v12i2.479>
- Tatik Suryani, Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008),
- Tjiptono, Fandy. (1997). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. 2000. Manajemen Jasa. Yogyakarta : Andy
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2003. TQM (total quality management). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). Service, Quality, and Satisfaction. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 2008 .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. (2011). Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. Service, Quality Satisfaction. Jogjakarta: Andi Offset.

- Tjiptono, Fandy. (2016). Pemasaran Jasa. Edisi I. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2017. Ph.D dan Greorius Chandra. Pemasaran Strategik Edisi 3, Bandung: Penerbit ANDI Yogyakarta
- Triantoro, K., Hadi, S. P., & Suryoko, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Menoreh Kelas Ekonomi Studi Kasus Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang.
- Yosy Heris Wahyudi, Desi Kristanti, R. N. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri. 1.1
- Yugowati Praharsi, Nofi Erni, dan B. J. S. (2015). Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Produk Air Minum. Jurnal Metris, 16, 35-44.

