



DAFTAR PUSTAKA

Budiastari, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim Di Jakarta*. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 87–106. <https://doi.org/10.21009/jdmb.01.1.4>

Cooper, D. R., dan Schindler, P. S. (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 12, Jakarta: Salemba Empat.

Databoks. (2023). “Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023”. Diakses 7 Desember 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>

Databoks. (2023). “Proporsi Penggunaan Internet Lewat Ponsel RI Lebih Tinggi dari Rerata Dunia”. Diakses 10 Desember 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/22/proporsi-penggunaan-internet-lewat-ponsel-ri-lebih-tinggi-dari-rerata-dunia>

Fantech. (2023). Our Awards & Cooperation. Diakses 13 Desember 2023, <https://fantech.id/about-us/>

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Edisi 1, Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. England: Pearson Prentice.

Immanuel, D. M., & Mustikarini, C. N. (2018). *Price Perception: Effect of Coupon Proneness and Sale Proneness on Consumer Impulse Buying*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(1), 51–60. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.01.07>

Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Kotler, P and Armstrong, G. (2021) *Principles of Marketing, 8th Edition*, published by Pearson Education.

Kotler, P., Armstrong, G., Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing, Nineteenth Edition*. London: Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management, 4th European Edition*. Harlow, England: Pearson.

Long-Yi Lin and Yeun-Wen Chen. 2009. *A Study on the Purchase Intentions on Repurchase Decisions : the Moderating Effects of Reference Groups and Perceived Risks*. *Journal of Tourism Review (Online)*, Vol. 64, No. 3, pp. 28-48,



(<https://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/a-study-on-the-influence-of-purchase-intentions-on-repurchase-I1O75U6JWK>)

Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *PENGARUH PROMOSI , KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(2), 716–727.

Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2022). *THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY AND STORE ATMOSPHERE ON PURCHASING DECISIONS AT IMMANUEL SONDER STORES*. In *Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296>

Mikraj, A. L., Studi, U., Konsumen, K., & Ventella, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Pembelian Ulang (Studi Kasus Konsumen Sepatu Ventella di Surakarta)*. 5(2), 482–500.

Mishael. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERLENGKAPAN KOMPUTER MEREK REXUS*.

Nugraha, J. P. (2021). *Teori Perilaku Konsumen, Edisi 1*, Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.

Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen*. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1). <https://doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>

Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). *Analisis Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang*. 1(2), 62–79. <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i2.14>

Purwanza, S., Wardana, A., Mufidah, A., Renggo, Y., Hudang, A., Setiawan, J., ... & Sayekti, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*.

Putra, E. T. K., & Pudjoprastyono, H. (2023). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET XL*. *Jurnal Manajemen* (Vol. 17, No. 1).

Sekaran, U. dan Bougie, R (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis, Edisi 6 Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat.

Shopee. (2023). *Good Gaming Shop*. Diakses 16 Desember 2023, <https://shopee.co.id/goodgamingm2m>

Sugiyono. (2021a). *Metode Penelitian Administrasi, Edisi Revisi*, Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2021b). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif (Untuk Perbaikan Kinerja dan Pengembangan Ilmu Tindakan)*, Bandung: Alfabeta



Supit, Dhena Dinaya. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan (Studi pada Pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta)*, Universitas Negeri Yogyakarta.

Top Brand Index. (2023). Top Brand For Teens Index 2023. Diakses 12 Desember 2023, https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&tbi_index=top-brand-for-teens

Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*, Edisi 1, Jakarta: PT Gramedia.

Utami. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Hello Stuff Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi*, Universitas Islam Negeri KH Achmad Sidiq

Wulansari. (2013). *Pengaruh Brand Trust Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti (Studi Pada Konsumen di Perumahan Gresik Kota Baru, Manyar Gresik)*, Universitas Negeri Surabaya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.