



DAFTAR PUSTAKA

- Anuraga, W. (n.d.). *Sonang Sitohang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Armstrong Balasubramanian, K., & Kotler Gary Armstrong Sridhar Balasubramanian, P. (n.d.-a). *GLOBAL EDITION Principles of Marketing NINETEENTH EDITION*.
- Armstrong Balasubramanian, K., & Kotler Gary Armstrong Sridhar Balasubramanian, P. (n.d.-b). *GLOBAL EDITION Principles of Marketing NINETEENTH EDITION*.
- Armstrong, G. (Gary M.), & Kotler, P. (n.d.). *Marketing : an introduction*.
- Business Research Methods (Donald R. Cooper) (Z-Library)*. (n.d.).
- Daga, R. (2017). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*.
<https://www.researchgate.net/publication/334957485>
- Ekaputra, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 2895.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p01>
- Fitri Ratnafuri, R., Gunawan, T., Studi Manajemen, P., Ekonomi, F., & Katolik Parahyangan Bandung -Indonesia, U. (2022). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS TERHADAP NIAT BELI ULANG PRODUK PRIVATE LABEL BRAND (NON-FOOD CATEGORY) DI TOSERBA YOGYA & GRIYA KOTA BANDUNG* (Vol. 15, Issue 3).
- Hafid Fauzi, D. (2021). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 2(6).
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6>
- Hair, F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS EIGHTH EDITION*. www.cengage.com/highered
- Jurnal J. A. B., Bisnis, A., Aviasha, R., Eko, P.-1, & Santoso-, B. (n.d.). *PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK HERBAL HNI HPAI DI BUSINESS CENTER CABANG MOJOKERTO*.
- Kadek Janiawati, N., Studi, P., Fakultas, M., Bisnis, E., & Pariwisata, D. (n.d.). *Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen Terhadap Produk Kerajinan dan Kesenian IAP. Widani Sugianingrat (2) I Made Astrama (3) (1) (2) (3) (Vol. 2, Issue 2)*.
- Putu, A., Savitri, D., & Wardana, I. M. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN NIAT BELI ULANG*. 7(10), 5748–5782. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p19>



Rahayu Tri Astuti, S., & Manajemen, J. (2013). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 2(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>

Rendy Irwanto, M., & Tjipto Subroto, W. (n.d.-b). Pengaruh kepuasan konsumen dan promosi terhadap niat pembelian ulang konsumen shopee saat pandemi. In *Jurnal Paradigma Ekonomika* (Vol. 17, Issue 2).

Tj. H. W. (2020a). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi oleh Strategi Promosi (Studi Kasus: Konsumen Chatime Tanjung Duren). *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(12), 1566. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i12.1875>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.