

DAFTAR PUSTAKA

- Ailmi, T., & Hartiningtyas, L. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas, dan Promosi Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Pia Ethes Trenggalek. *Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1(5), 488–497. <https://pdfs.semanticscholar.org/01df/5bbfee9990a30ba424f10dd21e3a7fa9146e.pdf>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (A. H. S (ed.); 10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang, 2018. <https://1drv.ms/b/c/e57fc0b999548550/IQBdWZUKMEr5SJWBJG5wVZ63Act5imwPzthyrbxDSZV5ipc?e=uZc2F5>
- Gitama, G. N. D. P., Fariza, M., Kartika, I., & Amroni. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian. *DIGIT*, 13(2), 154–167. 10.51920/jd.v13i2.352
- Hamdi, F., Untari, D. T., & Rohaeni, H. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Produk Kopi Keliling Merek Sejuta Jiwa di Desa Wanajaya, Kabupaten Bekasi. *ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 3(8), 157–168. 10.61722/jiem.v3i8.6118
- Jamilah, A. W., Wahyuni, I., & Soeliha, S. (2025). Pengaruh Lokasi Promosi Penjualan dan Service Quality terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Mie Ratu Situbondo. *Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 4(5), 1159–1178. 10.36841/jme.v4i5.6974
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing* (Nineteenth). Pearson Education Limited. <https://1drv.ms/b/c/e57fc0b999548550/IQAj6bhDWZyqTIZ81oeBGjqCAUFef5MNxMhuTmPDK9iLnwg?e=oiV7O3>
- Mustika, S. J. N., & Gemina, D. (2025). Penerapan Bauran Promosi pada UMKM Seblak Bondol Kabupaten Sukabumi. *Karimah Tauhid*, 4(1), 854–862. 10.30997/karimahtauhid.v4i1.16840

- Praja, Y. (2022). Pengaruh Iklan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal di Kabupaten Bondowoso. *Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 08(01), 31–41. <http://repository.unars.ac.id/id/eprint/470%0A>
- Pranoto, N. F. K. dan H. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang Chatime di Pakuwon Mall Surabaya. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(5), 564–574. <https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/6938>
- Putri, R. B. A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pisang Slebew. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1907>
- Rhamadani, Z. S., & Wahyudi, D. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Konsumen: Studi Kasus Warung Tahu Campur Surabaya WGP. *Ekonomi, Sosial, Hukum, Komunikasi, Pariwisata*, 1(2), 54–62. <https://jurnal.usahid.ac.id/jeshkomp/article/view/3000>
- Sera, P., & Manggu, B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Produk Jamur Tiram di SMK Negeri 1 Samalantan. *Of Economics and Business Management*, 2(3), 207–220. 10.56444/transformasi.v2i3.974
- Shobirin, D. B. M., & Martono, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada UMKM Kripik Tempe Mbak Enik di Kota Purwodadi Kabupaten Grobogan). *JMBPpreneur*, 3(2), 1–7. <https://jmbpreneur.ejournal.unan.ac.id/index.php/1/article/view/26>
- Shofi, Sulaiman, E., & Daryati, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Ima's Cake & Bakery. *Riset Manajemen, Bisnis, Akuntansi Dan Ekonomi*, 4(2), 71. 10.58468/jambak.v4i2.207
- Sir, M. H., Ulya, B., & Sukmal, E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Promosi Online terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Kue Bawang Buk Masnah di Desa Pekan Tolan. *Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 161–167. <https://doi.org/10.54259/manabis.v4i2.4584>
- Siska, J., Pudyaningsih, A. R., & Erwantiningsih, E. (2024). Pengaruh Kualitas

- Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang di Kedai Food Spicy Chili Kota Pasuruan. *Pijar*, 2(4), 391–398. 10.65096/pmb.v2i4.1394
- Stanton, W. J. (2020). *Prinsip Pemasara* (M. Yohanes Lamanto, MBA (ed.); 7th ed.). Erlangga.
- Sugiyono, P. D. (2023a). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* (5th ed.). ALFABETA.
- Sugiyono, P. D. (2023b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); Kedua). ALFABETA.
<https://1drv.ms/b/c/e57fc0b999548550/IQCVr6KON24STYIdvGj9YoAHASe856yNQf-w7tQGjNitjwE?e=gBAusR>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (Edisi 5). CV Andi Offset.
- Wiyanti, S., Rahma, M. Y., Putri, P. K. B. R., & Pramushinta, A. D. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Coffeeshop Budaya Kopi Kota Tegal. *Ebisnis Manajemen*, 3(1), 1–14. 10.59603/ebisman.v3i1.628