

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfaini, D., Ediyanto, E., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Apotek Al Afiah Mangaran Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(8), 1559. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i8.2200>
- Algazali, M., Dharmayanti, D., & Setyadi, Y. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang/Repurchase Intention (Studi Kasus Toko Sembako Albaros Solok). *Journal Of Economics And Business UBS*, 13(3), 459–476.
- Aprileny, I., & Andriani, R. (2018). Pengaruh Harga, Diferensiasi Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Giant Ekstra Ujung Menteng Bekasi. *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(1), 38–56. <https://doi.org/10.36406/jemi.v27i1.152>
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108. <https://doi.org/10.32493/drj.v3i2.6299>
- Chelviana, K. M., Made, A. M., & Iyus, A. H. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern Di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 257–266.
- Devirahma Hutami, N., Nanda Priyatama, A., & Arya Satwika, P. (2020). Kepuasan Konsumen Dan Intensi Pembelian Ulang Produk Kue Artis Pada Mahasiswa. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 25(1), 73–84. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol25.iss1.art6>
- Firika, N., & Widyastuti. (2023). Pengaruh Product Diversity, Store Atmosphere, Dan Lokasi Terhadap Repurchase Intention Konsumen Pada Deliwafa Store Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(15), 491–502.
- Ghozali. (2018). *Buku Ghozali.Pdf* (P. 490).
- Hasan, A. (2018). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan* (Serial Boo). Yogyakarta CAPS.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Koki Jody Di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemem*, 17(2), 95–105.
- Iswandari, L. F., & Srihandayani, M. C. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan

- Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shoopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen universitas PGRI Adi Buana Surabaya). *Journal Of Sustainability Business Research*, 2(1), 1–9. <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/view/3397/2697>
- Kurnia, P. (2022). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Merek “Alfamart” Cabang Sutomo Kota Siak Ditinjau Dari Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Liansari, D., Samari, & Sardanto, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko An Nur. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akutansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 540.
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 654–661. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v13i4.10161>
- Nainggolan, R., & Tobing, F. A. T. (2020). Analisis Cluster Dengan Menggunakan K-Means Untuk Pengelompokan Online Customer Reviews (Ocr) Pada Online Marketplace. *METHODIKA: Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 6(1), 1–5. <https://doi.org/10.46880/mtk.v6i1.246>
- Novitasari, W., Menek, C., Handayani, S., & Surabaya, A. B. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, Wom Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Senewen Time Surabaya. *Journal Of Sustainability Business Research*, 3(2), 2746–8607.
- Nurrahma, A., Samari, & Sardanto, R. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Nagha Asmara. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2(E-ISSN: 2962-2050), 151–159.
- Permana, I. W. E., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. Gusti A. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Toko Era Dunia. *Jurnal Emas*, 3(7), 66–76.
- Priambodo, D. A., & Farida, N. (2020). Pengaruh E-Website Quality Dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Melalui E-Trust (Studi Pada Konsumen Produk Fashion Lazada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 335–344. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28113>
- Purwonto. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. In *Revista Brasileira De Linguística Aplicada* (Issue December).

- Rachmawansyah, R., Bambang, M., & Rohman, S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Daerah Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 469–481. <https://10.0.20.161/Zenodo.7785344>
- Raihan. (2019). *Metodologi Penelitian*. Andi. [https://www.academia.edu/42283076/Metodologi\\_Penelitian](https://www.academia.edu/42283076/Metodologi_Penelitian)
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & ... (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi ...*, 3(5), 469–478. <https://dinastirev.org/JEMSI/Article/View/988%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/Article/Download/988/622>
- Sembiring. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Risiko Terhadap Niat Beli Ulang Tiket Citilink Di Traveloka. In *Bisnis Dan Ekonomika* (Vol. 53, Issue 9). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, Dan Suasana *Cafe*, Terhadap Kepuasan Konsumen *Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin*. *Smart Business Journal*, 1(1), 26. <https://doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12787>
- Sugiarto, S. (2021). *Statistika Deskriptif & Konsep Peluang Aplikasi R-Stat*. Andi. [https://books.google.co.id/books?id=\\_4wgeaaaqbaj&printsec=frontcov](https://books.google.co.id/books?id=_4wgeaaaqbaj&printsec=frontcov)
- Sumarsid, P. &. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
- Suryana, P., & Haryadi, M. R. (2019). Stores Atmosphere And Promotion On Customer Satisfaction And Its Impact On Consumer Loyalty. *Trikonomika*, 18(1), 30–34. [www.zomato.com](http://www.zomato.com)
- Suryani, M., & Alfanjari, Muhammad Syauqi. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Aqua. *Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi*, (1), 12.
- Syafrudin, A. F., Arifin, R., & Mustapita, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan

- Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Depo Bangunan Malang). *Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*, 121.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.
- Yusuf, M. F., Pramana, E., & Setiawan, E. I. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Repurchase Intention Pada E-Marketplace Dengan Menggunakan Extended Expectation Confirmation Model (ECM). *Teknika*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.34148/Teknika.V12i1.573>
- Zahra, N., & Sanaji, S. (2021). Peran Moderasi Motivasi Hedonis Pada Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Niat Penggunaan Ulang Layanan Dompot Elektronik Di Kalangan Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 57. <https://doi.org/10.26740/Jim.V9n1.P57-67>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (M. K. Robby Andika Kusumajaya, S.ST., M.M. (Ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik Redaksi: Jln Majapahit No 605 Semarang. [https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb\\_af4fc26370d71743c5796f1b81bfa97f73ce1c73\\_1652928345.pdf](https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_af4fc26370d71743c5796f1b81bfa97f73ce1c73_1652928345.pdf)
- Artameviah, R. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee Di Jakarta)* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).