

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Fandy, T. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan*. Andi.
- Fathulloh, H., Prabowo, H., & Setiawati, I. (2025). *Apakah Kepuasan Pelanggan Dapat Memediasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Di Kayo Coffe and Eatery?* 4(8), 5401–5410.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Garvin. (1987). *Competing on the Eight Dimensions of Quality*. Harvard Business Review.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta:CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- I Wayan Arik Krisna, I. G. A. I. I. M. S. P. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan KepuasanPelanggan Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal EMAS*, 4, 252–260.

- Kenyta, C. (2022). Analysis of the Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Trust of Security on Customer Loyalty through Customer Satisfaction on the OVO Application. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 2(2), 14–25. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v2i2.3347>
- Kerlinger. (2006). *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta:Gadjah Mada University Press.
- Kodu, S. (2019). HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA. *Proposing Empirical Research*, 1(3), 68–69. <https://doi.org/10.4324/9780429463013-35>
- Kotler, P. (2012). Marketing Management, Millenium Edition. *Beyond Management*, 43–57.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, Manceau, & Hemonnet-Goujot, A. (2015). Marketing Management 15th. In *Décisions Marketing* (Vol. 83).
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Oliver, R. L. (2014). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. In *International Journal of Research Studies in Management* (Vol. 3, Number 1). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315700892>
- Priyatna, E. H., & Agisty, F. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Sociolla. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 104. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7588>
- Puglisi, M. J., & Fernandez, M. L. (2022). The Health Benefits of Egg Protein. *Nutrients*, 14(14). <https://doi.org/10.3390/nu14142904>
- Saputra, R., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Pada Produk Susu Bear Brand di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 261–269.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2011). Business Research Methods: A skill-building approach. In *Wiley*. <https://doi.org/http://as.wiley.com/WileyCDA/WileyTitle/productCd->

111994225X.html#

Sentoso, F. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Crunchaus Salad di Pakuwon Mall Surabaya. *Agora*, 7(2), 1–9.

Siaputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13–23. <https://doi.org/10.9744/jmp.10.1.13-23>

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. In *Bandung:Alfabeta*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sunyoto. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran:Prinsip dan penerapan* (1st ed.). Andi.

Wanda, E. S. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA TOKO LARIEZ48 DI SAMPIT*. 9(2), 115–126.

