

DAFTAR PUSTAKA

- ¹Asbi Amin, Gagaring Pagalung, and Muslimin H. Kara, 'JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi)', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6.1 (2022), 494–512
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada
- Canon. 2008. *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salemba Empat
- Diana, Yana, 'Menu Engineering Sebagai Langkah Penetapan Produk Makanan Di Restoran Onang-Onang Pada Inna Parapat Hotel', *Jurnal Manajemen Tools*, 12.1(2020),235–36
<<http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/882>>
- Fajriani, Firly Nur, and Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, 'Pengaruh *Perceived Value, E-Lifestyle*, Dan Promosi Online Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Kai Access Di Indonesia', *ProBank*, 5.1 (2020), 68–82
<<https://doi.org/10.36587/probank.v5i1.569>>
- Hakim, Luki Lukmanul, and Keni Keni, 'Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image* Dan *Customer Perceived Value* Terhadap *Purchase Intention*', *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4.3 (2020), 81
<<https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i3.7921>>
- Herman, and Budiyanto, '*The Effectiveness of Marketing Communication for Maritime Tourism Services on Instagram Account " Gililabak _ Madura "*.', *1st International Conference of Business and Social Sciences*, 2020, 1–9
<<https://icobuss.stiesia.ac.id/prosiding/index.php/icobuss1st/article/view/52>>
- Hidayat, Desman, Aryo Bismo, and Amelia Ruwaida, 'Pengaruh *Food Quality* Dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan *Repurchase Intention* (Studi Kasus Restoran Hot Plate)', 10.01 (2020)
- Issn, Entrepreneur, Jurnal Online Nasional, and Internasional Universitas, 'No Title', 1.1 (2017), 36–49
- Kotler. P.& Keller, K. L.2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12. Jakarta: Indeks.
-

- Kotler, P., & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Marketing Management (15th ed)*. Pearson.
- Kotler, Philip. & Kevin Lane Keller . (2016). *Marketing Management. England: Pearson Education Limited*.
- Maulani, Ananda Inka, and Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, 'Pengaruh *Perceived Value, E-Trust* Dan *E-Lifestyle* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Kota Jakarta)', *E-Proceeding of Management*, 7.2 (2020), 6797–6804
- Mowen, John C. dan Minor, Michael. (2002). *Perilaku Konsumen, Ahli Bahasa: Dwi Kartini Yahya*, Erlangga, Jakarta,
- Muliawan, Stanley, and Sugiono Sugiarto, 'Pengaruh *Food Quality* Dan Ketersediaan Produk Terhadap *Repurchase Intention* Produk Sari Roti Di Surabaya', *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5.2 (2018), 1–6
<<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/7047>>
- Munwaroh, Umul Latifatul, and Sulis Riptiono, 'Analisis Pengaruh *Cafe Atmosphere, Kualitas Pelayanan* Dan *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Customer Malindo Corner)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 3.5 (2021), 2021
<<http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>>
- Nimas, Stella, Gendis Tantri, Fakultas Ekonomi, and Universitas Brawijaya, 'Pengaruh *Brand Equity* Dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Pelanggan Shabu Hachi (Studi Pada Pelanggan Restoran Shabu Hachi)', 1–15
- Pgri, Universitas, and Adi Buana, 'Pengaruh *Perceived Value, Product Quality, Dan Service Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Di Rolag Kopi Surabaya', 1–9
- Purnomo, A. S., & Sukmawati, S. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Putri, Laurensia Hanjani, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy', *Performa*, 1.2 (2016), 162–70

- Sains, Jurnal, Kewirausahaan Jsmk, Vol No Maret, Online Terhadap, Minat Beli, Ulang Studi, and others, 'Jurnal Sains Manajemen Dan', 2.1 (2020), 47–56
- Saintz, J 2018. Pengaruh *Perceived Service Quality* Terhadap *Repurchase* Dan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada *Fast Food Restaurant* Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 77-83.
- Saraswati, Kadek Dina, Putu Krisna Adwitya Sanjaya, and Mirah Ayu Putri Trarintya, 'Pengaruh Variasi Produk Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Repurchase Intention*', *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parwisata*, 1.2 (2021), 431–42
- Sarjana, Nadhilah Putri Nashfati, Naili Farida, and Agus Hermani, 'Pengaruh *Servicescape* Dan *Perceived Value* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Customer Satisfaction* (Pada Restoran Hello Taichan Kota Surakarta)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11.3 (2022), 567–75
<<https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34865>>
- Shopee, Pengguna, Kabupaten Kebumen, Melinda Sukma, and Sulis Riptiono, 'Pengaruh *Transaction Convenience*, *Coupon Sales Promotion*, Dan *Perceived Value* Terhadap *Repurchase Intention* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening', 4.1 (2022), 131–53
- Stevanie, Christine, Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, and Jl Siwalankerto, 'PENGARUH *FOOD QUALITY* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN *REPURCHASE INTENTION* PADA TOKO MAKANAN KOREA ONLINE KIMCHINGU', 8.1 (2020)
- Sukmana, Nancy Cassia, Varel Jadmika Chandra, and Hanjaya Siaputra, 'Pengaruh Kualitas Makanan, Higienitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Mediator Di Restoran Dapur Terbuka Di Suraba', *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, Vol 8.No 2 (2020), 67–76 <<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/10553/9376%0A%0A>>
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Tionardi, Elizabeth Findriany, 'Calypra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.7 No.2', *Calypra*, 2.2 (2018), 1–12
- Tjptiono, Fandi. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Weliani, Steffi, 'Analisa Pengaruh *Food Quality*, *Service Person Customer*

Orientation, Dan Physical Environment, Terhadap Repurchase Intention, Melalui Customer Satisfaction’, *ULTIMA Management*, 7.1 (2017), 39–61
<<https://doi.org/10.31937/manajemen.v7i1.923>>

Wulandari, Novita, and Sugiono Sugiharto, ‘Analisa Pengaruh *Customer Value* Terhadap *Repurchase Intention* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Di Pisa Kafe Manyar Surabaya’, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3.1 (2015), 1–12
<<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/3342>>

