

DAFTAR PUSTAKA

- Ariffin, S., Yusof, J. M., Putit, L., & Shah, M. I. A. (2016). Factors Influencing Perceived Quality and Repurchase Intention Towards Green Products. *Procedia Economics and Finance*, 37(1), 391–396.
- Bartono. 2005. *How To Win Customers in Competitive Market*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Berman, Barry & Joel R. Evans (2010). *Retail Management, a Strategic Approach*, (8th Edition). New Jersey: Pearson. *Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Buchari Alma. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Danang. Sunyoto, *Dasar-dasar Manejemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 69.
- Dinawan, M.R. (2010). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi dipublikasikan*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., dan Grewal, D. 1991. Effect of Price, Brand, and Store Information On Buyers' Product Evaluations. *Journal of Marketing Research*. 28 (3): 307-319.
- Engel, James.F.Roger. D.Black Well and Paul.W.Miniard, 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Retail*. Bandung : Alfabeta.
- Foster, Bob. 2019. "Self Image Congruity and Customer Perceived SQ on Impact Satisfaction on Repurchase Intention." *Journal Sampurasun : Interdisciplinary Studies for Cultural Heritage* 5 (1): 39–52.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivarial dengan Program IBM SPSS*. Edisi ke-7. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. 2001. *Metodolgi Research Jilid III*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hellier, K., Geursen, G., & Carr, R. (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, 37, 1762-1800.

- Husein Umar. (2005), *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada. *Implementasi dan Pengendalian*. Jilid I. Jakarta : Erlangga. *Kasus pada Konsumen Yamaha Mio PT. Harpindo Jaya Semarang*). Skripsi, tidak
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan*,
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kuncoro, Mudrajad. (2007). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPK.
- Lee, Y. F., Wu, C. S., & Lin, F. T. (2016). The Relationship Between Package Redesign and Purchase Intention. *The Relationship Between Package Redesign and Purchase Intention*, 6(3), 54-68.
- Levy, Michael & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management* (edisi 8). McGraw-Hill/Irwin.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Porter, Michael. 2008. *Strategi Bersaing*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Pratiwi, K. P., & Prihastuty, R. (2021) berjudul Customer Perceived Value dan Online Repurchase Intention pada Pengguna E-Commerce Shopee.
- Putri, A. L., dan Ferdinand A. T. 2016. Analisis Pengaruh Citra Toko dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko H.A Laury Di Semarang. Diponegoro *Journal of Management*. 5 (3): 1-11.
- Restuputra, P., Dio, M., & Rahanatha, G. B. (2020). *Promosi penjualan, store atmosphere, dan brand image berpengaruh terhadap repurchase intention* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Shin, J. I., Ki, H. C., Jae, S. O., dan Chang, W. L. 2013. The Effect of Site Quality On Repurchase Intention In Internet Shopping Through Mediating Variables: The Case of University Student In South Korea. *International Journal of Information Management*. Vol. 33: 453-463.
- Simamora Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Stanton & Willian J. (2009). *Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis. Edisi ke-17*. Bandung: Alfabeta.

- Suryana, Popo dan Dasuki, Eliyandi S. 2013. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang, *Trikonomika*. 12 (2): 190-200.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Utami, Christina Whidya . 2017. *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Operasional*
- Wang, Y. S., Ching, H. S., dan Y, W. L. 2013. What Drives Purchase Intention In The Context of Online Content Service? The Moderating Role of Ethical Self-efficacy For Online Piracy. *International Journal of Information Management*. Vol. 33 : 199-208.
- Wicaksono, Sony. (2016). *Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kota Semarang*. Skripsi, tidak dipublikasikan. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Wu, L. Y., Kuan, Y. C., Po, Y. C., dan Shung, L. C. 2014. Perceived Value, Transaction Cost, and Repurchase-Intention In Online Shopping: A Relational Exchange Perspective. *Journal of Business Research*. Vol. 67: 2768-2776.

