

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Manajemen ekuitas merek* (Cet. 1). Mitra Utama.
- Amrita, N. D. A., Mandiyasa, I. K. S., Suryawan, T. G. W. K., Handayani, M. M., Nugroho, M. A., Puspitarini, E. W., Haro, A., Purbaya, M. E., Rivai, D. R., Munizu, M., Saktisyahputra, Mustikadara, I. S., & Syaepudin. (2024). *Digital marketing: Teori, implementasi dan masa depan digital marketing*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Angelin, N. P., & Astono, A. D. (2022). Pengaruh kesadaran merek dan kualitas pelayanan terhadap minat beli produk Kopi Kenangan. *Jurnal Kalbisiana: Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(2), 2412–2426.
- Anwar. (2017). *Metode penelitian sosial*. Rajawali Pers.
- Asmoro, A. K., & Nuvriasari, A. (2022). Kajian minat beli ulang secara online pada Generasi Z dengan perceived risk, kepercayaan, dan gaya hidup sebagai variabel anteseden. *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(4), 401–408.
- Asrulla, A., Risnita, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Awaludin, Q. R., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian pada Mixue Cabang Karawang. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 1239–1246.
- Azwar, S. (2018). *Metode penelitian psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan praktis riset komunikasi pemasaran terpadu*. UB Press.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning strategy)*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariat dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Indonesia.
- Goutam, A. (2023). Apa itu brand awareness: Pengertian, fungsi, dan contoh. RevoU. <https://revou.co/kosakata/brand-awareness>
- Handayani, E. (2020). *Teknik pengambilan sampel dalam penelitian*. Graha Ilmu.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis pengaruh variasi produk dan labelisasi halal terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan minat beli ulang pada kosmetik Wardah. *Journal of Business Administration*, 3(1), 40–52.
- Izzah, C. N. (2022). Pengaruh sertifikasi halal, variasi produk, dan kualitas produk terhadap minat beli ulang Cisarua Mountain Dairy (Cimory) melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening [Skripsi tidak diterbitkan]. Universitas.

- Juliana, S., & Sihombing, S. O. (2019). Pengaruh penempatan produk dan kesadaran merek terhadap niat membeli. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 1–19.
- Khuswatun, A., & Yuliati. (2022). Pengaruh variasi produk, harga, dan customer experience terhadap keputusan pembelian ulang (Studi kasus pada konsumen minuman kekinian Zoomboba Tlogomulyo). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 5, 347–352.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Jilid 1, Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Literasi Guru. (2023). Pengertian kualitas produk menurut para ahli. <https://literasiguru.com>
- Manuntun Pakpahan. (2020). Strategi meningkatkan minat beli ulang aptek terhadap produk obat PT Novell Pharmaceutical Labs Medan. *Jurnal Ilmiah Jumansi Stindo*, 21(1), 1–9.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pahrurozi, A., & Nurtjahjadi, E. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan Richeese Factory di Kota Cimahi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(2), 1271–1280.
- Pramono, C. (2020). Pengaruh gender dalam laporan keberlanjutan perusahaan [Skripsi tidak diterbitkan]. Universitas Airlangga.
- Purwandari, S., et al. (2020). *Manajemen pemasaran: Konsep pemasaran digital*. CV. Media Sains Indonesia.
- Rahman, E. A., Wahyuni, I., & Praja, Y. (2024). Pengaruh word of mouth, keragaman produk dan lokasi dalam membentuk minat beli ulang pada Toko Andin Cemilan Situbondo dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(10), 2025–2039.
- Riadi, M. (2024). a. Variasi produk: Pengertian, fungsi, dan komponen. <https://www.kajianpustaka.com>
- Riadi, M. (2024). b. Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian di pasar modern. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*.
- Ribek, P. K., Mirayani, L. P. M., Putri, N. K. A. D., Suswandayana, I. K. A., & Permadi, I. K. O. (2024). Pengaruh teknologi, brand awareness, dan trust terhadap minat beli ulang pada usaha makanan tradisional di Bali. *Jurnal Bakti Saraswati (JBS)*, 13(1), 102–110.
- Rofik, A., & Abrar, M. (2019). Indikator keragaman produk, variasi kualitas, dan ketersediaan dalam pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 110–117.
- Saputri, A., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada produk makanan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 123–135.

- Sitorus, F. (2024). Pengaruh word of mouth, sertifikasi halal, dan variasi produk terhadap minat beli ulang produk Mixue Batam [Disertasi doctoral, Prodi Manajemen].
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14.
- Wijaya, T. (2019). *Manajemen kualitas jasa* (hlm. 11). PT Indeks.
- Wijayasari, N., & Mahfudz. (2018). Pengaruh brand image, kualitas, persepsi harga dan variasi produk terhadap minat beli konsumen sarung Gajah Duduk di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2001), 1–9.
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh pengalaman belanja online dan kepercayaan terhadap minat beli ulang di TikTok Shop (Studi kasus mahasiswa FKIP UHAMKA 2018). *Jurnal EMT Kita*, 7(1), 47–61. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>
- Yanti Febrini, I., Widowati P. A. R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35–54. <https://doi.org/10.18196/mb.1016>
- Yunita. (2022). Pengaruh harga, variasi produk, dan pemasaran online terhadap keputusan pembelian produk perawatan wajah (Face Care) Scarlett Whitening (Studi kasus pada customer Scarlett Whitening di Kabupaten Pati) [Skripsi, UIN Walisongo Semarang].