

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Yogyakarta, BPPE-Yogyakarta, 2014, 125
- Agus Hermawan, “Komunikasi Pemasaran”, (Jakarta : Erlangga, 2017), 36
- Agustina, E. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.” *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1), (2019). 38–49.
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *E-Proceedings of Management*, 8(2).
- Apriliani, R. A. E. “Pengaruh Brand Trust, Brand Equity dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo)”. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), (2019). 112–121. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.687>
- Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2015), hlm 242.
- Cannon, J. P., Perreault, W. D. & McCarthy, E. J., 2018. *Dasar-Dasar Pemasaran: Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2, Edisi 16 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- D.I, H. & D.L, M., 2016. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Damayanti, Cintya. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang. hlm 36
- Daniel, M. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara : Jakarta. Djaslim Saladin, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Bandung; Linda Karya
- Deisita Memah, Altje Tumbel dan Paulina Van Rate, Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Citraland Manado, (*Jurnal EMBA*, Vol.3 No.1 Maret 2015), hlm. 1272.
- Dwi Priyatno. (2008). *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom. hlm 10.
- Fasha, H. F., & Madiawati, P. N. “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan

- Harga Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Produk ZARA di Kota Bandung”, *e-Proceeding of Management* 6(2), (2019). 4060–4080.
- Firanazulah, Safavi, V. D. R., Saputri, A. N. J., & Sudrajat, A. (2021). Citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. *Quantitative Economics and Management Studies*, 18(1), 1–9.  
<https://doi.org/10.35877/454ri.qems360>
- Firmansyah, M Anang. 2019. Pemasaran Produk Dan Merek (*Planning & Strategy*). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fuad, E.N. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro / Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 30(1), 56-67.  
<http://dx.doi.org/10.24856.v30i1.234>.
- Ghassani, M. T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vacuum melalui Kepuasan Pelanggan. *Dipenogoro Journal of Social and Political Science* Vol, 4, No 1, 1-8.
- Griffin, Jill, *Customer Loyalti*, (Jakarta: Erlangga, 2005) hlm. 5
- Hair, Joseph F. Jr. et al. 2010, *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson. Education Limited. Harlow. England.
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. (New York: McGraw-Hill, 2016)
- Hermawan, A., 2017. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hussain, R., Ali, M., dan S.Z.A. Bhutto. 2015. Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies* 7(2)35-43.
- Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2016), hlm 13.

- Istijanto, Aplikasi Praktis Riset Pemasaran, Edisi Revisi, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm 113.
- Jonathan Sarwono, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 129.
- Joseph P. Cannon, dkk, *Dasar-Dasar Pemasaran : Pendekatan Manajerial Global*, Buku 2, Edisi 16 (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 286
- Kartika, D. S. J., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Niat beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel intervening (Studi Pada Pelanggan Jilbab Rabbani di Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3), 248–258.
- Kasdi, A., 2016. Permintaan Dan Penawaran Dalam Mempengaruhi Pasar (Studi Kasus Di Pasar Bintoro Demak). *Jurnal BISNIS dan Manajemen Islam* , 4(2),pp. 18-34.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler dan Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (edisi 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2016. *Marketing Managemen*. 15th Edition, ed. s.l.:Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., 1997. *Marketing Management Ninth Edition*. Ninth Edition ed. Surabaya: Perdana Printing.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, *Marketing Managemen*, 15<sup>th</sup> Edition, (Pearson Education, Inc., 2016) hlm. 330
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, *Marketing Managemen*, 15<sup>th</sup> Edition,(Pearson Education, Inc., 2016) hlm. 156
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing*, Edisi 17, (NewJersey: Prentice-Hall Published, 2018) hlm. 249

- Kotler, P., Philip, K. & Armstrong, G., 2018. *Principles Of Marketing*. Edisi 17 hlm. 249 ed. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing*, Edisi 17, (New Jersey: Prentice-Hall Published, 2018) hlm. 308
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 147–151. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11159>
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Lincoln Arsyad, *Ekonomi Manajerial*, Yogyakarta, BPPE-Yogyakarta, 2014, hlm. 135&145
- Lovelock, W. & M., 2016. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga hlm. 76.
- Malhotra, Naresh K. Riset Pemasaran (Marketing Research) (Edisi 4 Jilid 1). (New Jersey, Indonesia: PT. Indeks. 2009), hlm 133
- Mankiw, Gregory N. 2003. Teori Makro Ekonomi Terjemahan. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Miran, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Honda Di Kabupaten Kampar). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 129–140.
- Moleong, Lexy J. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Musfiqon. Metodologi Penelitian Pendidikan, (Jakarta: PT Prestas Pustakaraya, 2012), hlm 59.
- Wiwid Novitasari1 & Christina Menuk Sri Handayani. pengaruh Harga, Lokasi, Wom Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Café Senewen Time Surabaya. 2022. *Journal of Sustainability Business Research*. Volume 3 No 2.

- Philip Kotler, *Marketing Management Ninth Edition* (Surabaya: Perdana Printing, 1997), 367
- Prihandoyo, C dkk. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Bangunan Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Rumah. *Jurnal Universitas Balikpapan: Balikpapan*.
- Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hlm 5.
- Putong (2002), *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Ramanta, T. H., Massie, J. D. D., & Soepeno, D. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Mebel Di CV. Karunia Meubel Tuminting.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), (2021). 1018–1027.
- Raharjani, J. 2005. Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang), *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, 2(1)
- RW. Suparyanto dan Rosad, “*Manajemen Pemasaran*” (Bogor: IN MEDIA, 2015), hlm 3
- Sadono, Sukirno. 2010. *Makroekonomi. Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping pada Remaja di Situbondo. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2).
- Soesilo, Tritjahjo Danny. (2019). *Ragam dan Prosedur Penelitian Tindakan*. Salatiga : Satya Wacana University Press.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2014), hlm 134.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2014), hlm 225
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet,

- 2014), hlm 267.
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 61.
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 118.
- Swasta Handoko. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: BPF.
- Syofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), hlm 17.
- Tjiptono, Fandy. 2006. Pemasaran Jasa. Malang: Bayu Media Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 392
- Umam, Rizal, Karnadi, & Randika Fandiyanto. Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada LL Parfum Situbondo. Jurnal Mahasiswa Entrepreneur. Volume 1 no 11, 2022 hal 2162-2173.
- Venny, S. & Asriati, N., 2022. Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(1), pp. 184-194.
- Widiaswara & Sutopo. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. Diponegoro Journal of Management. Volume 6, Nomor 4, 2017hal. 1-5