

DAFTAR PUSTAKA

- Abiyyu, T. O., & Tjahjaningsih, E. (2023). Kualitas produk, persepsi harga terhadap kepuasan dan dampaknya pada niat beli ulang. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 5(2), 1430-1437.
- Adiantari, N. W. P., & Seminari, N. K. (2022). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan atmosfer toko terhadap niat beli ulang pada konsumen H&M. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(7), 1337.
- Baehaqi, M. A., Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Customer Satisfaction dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Widya Manajemen*, 4(1), 21-33.
<https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1>
- Cresswell. (2023). *Research Design Qualitative, Quantitative, - and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). Sage.
- Christy, V. G., Putra, K. E. S., & Heryanda, K. K. (2026). Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Iphone terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Asal Jakarta. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 12(1), 79-88.
- Febrian, R., & Defrizal, D. (2025). Strategi Peningkatan Daya Saing pada UMKM Roti dan Kue di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan*, 8(8), 1.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusnadi, D., Achmad, S. H., & Karsiwi, R. R. M. (2021). Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk Pastry Bakery Selama Pandemi Covid 19 Di Kota Bandung. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(7), 2315-2320.
<https://doi.org/10.47492/jip.v2i7.1167>
- Gayatri, K. A., & Putra, K. E. S. (2026). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pembelian Ulang:(Studi Pada Konsumen Optik ABC di Singaraja). *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(3), 8130-8144.
<https://doi.org/10.61104/alz.v4i3.6765>
- Gozhali. (2023). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, F., Bawono, A., & Viktor, V. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Produk Roti Breadtalk Di Jakarta. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 4(1).
<https://journal.ubm.ac.id/index.php/pengabdian-dan-kewirausahaan>
- Hellier, Philip, Gus, Guersen, Rodney, Carr, dan Rickard. (2003). “*Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model*”, *European Journal of Marketing*. *European Journal of Marketing*, Vol. 37 No. 11 Atau 12, Pp. 1762-1800.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi Dua Belas). Erlangga.
- Kotler, Keller & Chernev. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.

- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kertiyasa, I. G., & Heryanda, K. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 161-168.
- Maria, V., Yuniartari, K. W., & Lintang, M. A. C. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualiatas Layanan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang pada Online Fashion Industry di Indonesia. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 20-31. <https://doi.org/10.556910/gemilang.v4i3.1499>
- Witoelar, R. N., Hasyim, I., & GIK, M. (2024). Pengaruh price perception terhadap repurchase intention melalui perceived value di Gardenice Rink Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 642-656.
- N.L.E.A.Caesarini, M.P.Ariasih, K.K. Heryanda. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Pada Segmen Bpu (Bukan Penerima Upah) Terhadap Kepuasan Peserta Bpjs Ketenagakerjaan Cabang Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen, Vol. 10 No. 3*
- Oktavian, A. T., & Roslina, R. (2023). Pengaruh kualitas produk, keberagaman produk, dan harga terhadap niat beli ulang di toko Holland Bakery Bandar Lampung. *Jurnal Studi Inovasi*, 3(2).
- Pransiska, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Repurchase Intention Pada Viera Oleh-Oleh Pekanbaru. *JIABIS: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis dan Sosial*, 2(2), 80-97.
- Pratama, T. P. (2021). Pengaruh Perceived Quality, Price Perception, Dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Produk Olahraga Merek Specs Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 9(2).

- Rini, W. S., & Rismawati, R. (2022). Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Repurchase Intention Di SIDOARJO (Studi Pada Konsumen Produk Scarlett Whitening di Masa Pandemi). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(4).
- Ratnafuri, R. F., Gunawan, T., & Istiharini, I. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Terhadap Niat Beli Ulang Produk Private Label Brand (Non-Food Category) Di Toserba Yogya & Griya Kota Bandung. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 15(3), 317-333.
- Sandy, N. F., & Aquinia, A. (2022). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap niat beli ulang. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 801-809.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syahrizal, D., & Sigarlaki, F. F. (2024). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap niat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan minuman siap saji. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 369-384.
- Suyasa, N. K. K. R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sunblock Cream Nivea. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 11(3), 1038-1047.
- Sihombing, M. A. T., Johannes, J., & Ekasari, N. (2021). Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas, dan persepsi merk terhadap minat pembelian mobil merk Wuling di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(3), 149-162.

- Tajudinnur, M., Fazriansyah, F., Ferdian, R., Iskandar, I., & Ilham, I. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan pemasaran digital terhadap niat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Sebatik*, 26(2), 673-687.
- Tjahjaningsih, E. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi E-Trust Serta Dampaknya Pada Repurchase Intention: Faktor Yang Mempengaruhi E-Trust serta Dampaknya Pada Repurchase Intention. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 55-67.
- Triani, S. (2024). The Influence Of Price Perception And Service Quality On Repurchase Intention Of Grabbike (Survey on UNPER Students Using GrabBike Transportation Services). *Journal of Law, Social Science, and Management Review*, 1(1), 9-20.
- Widana, I. K. G. W., & Ariasih, M. P. (2024). Peran Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rumah di PT Umah Mesari. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(3), 676-683.
- Widyarini, K. A., & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh Brand Image dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Merek Avoskin Di Yeppa Store Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 11(2), 623-634.