DAFTAR PUSTAKA

Agustinus, S. Y. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Experiential Marketing dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mixue. *10*(1).

Amstrong, K. &. (2012). Persepsi harga. *2013*, 8–23.

Andari, D. S., & Mathori, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan Yogyakarta Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, *3*(2), 468–489. https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i2.718

Anggraini, P. dan M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli ulang di Bandung collection Kecamatan Kuta Utara. *1*, 171–181.

Askiyanto, M. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Yang Efektif Guna Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Penerbit Buku Intrans Bublising Kota Malang).

Azary, O., Fitri, D. A., Refinda, D. S., Sari, M. P., Sari, W. R., & Putra, R. B. (2022). Inovasi Produk pada UMKM Tara Bakery Padang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, *1*(2). https://doi.org/10.59818/jpm.v1i2.46

Cahyaningrum, G., & Nurtjahjadi, E. (2024). Rebranding, Inovasi Produk dan Persepsi Harga pada Produk Mako terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, *14*(2), 157–166. https://doi.org/10.52643/jam.v14i2.3790

Darma, G. S., & Arisanti, N. L. P. S. E. 9 2022). (2022). Menelisik Digital Marketing dan Unique Selling Point pada Skincare Indonesia Fatima Hirawaty (1) Gede Sri Darma (2). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis,7(1), 45-60.*, *19*(2), 189–209.

Elwisam, R. L. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap.

Fadillah. (2024). Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Mie Kasuka Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *8*(3), 1–15.

Febrilianawati, A. I. (2021). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. *Universitas Islam Kalimantan Muhammad …*, *2*, 2010.

Felik, Y., & Manggu, B. (2025). Pengaruh , Promosi , Harga , Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kedai D ’ fresto Di Kota Bengkayang. 4(2), 4456–4461.

Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada

pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *9*(1), 333–341. https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26434

Firmansyah. A, D. (2021). Program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah surakarta 2021.

Gita, P., & Akbarina, F. (2025). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada UKM Mie Setan Kota Malang*. *02*(03), 1772–1784.

Haidar. (2025). Eksplorasi Minat Beli Konsumen Terhadap Moringa Cookies, Peran User Interface, Persepsi Kualitas Produk dan Inovasi Produk. *Jurnal Unitri Ilmu Manajemen dan Akutansi Volume 13 Nomor 2,2025 136*. *13*.

Hakimah, E. N., Samari, S., Sumantri, B. A., Fauzi, D. A. S., Puspasari, I. D., Iskandana, N. C. D., Restyono, T., & Hamida, S. S. (2024). Optimalisasi Usaha Melalui Digital Marketing Dan Aplikasi Pembukuan Digital Di Kelurahan Pesantren Kota Kediri. *Jurnal Abdimas Akademika*, *5*(01), 82–91. https://doi.org/10.63864/jaa.v5i01.309

Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). *STIE Bisnis Internasional Indonesia Bekasi*. *2*(2).

Hasan. (2018). *minat beli ulang*. 20–34.

Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh inovasi kewirusahaan, pengembangan usaha pengembangan usahaterhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kain Sari. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, *5*(2), 140.

Kloter, P. (2009). Pengaruh promosi harga dan distribusi.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Pengaruh Social Media Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. 5(3).

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). Pengaruh kualitas produk dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk ranti di depok. 12, 61–64.

Luthfiana, N. A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). 1–7.

Magelang, C. P., Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada. 2(3), 150–159.

Onsardi, O., & Wulansari, F. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Toko Mega Komputer Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, *3*(2), 109–115. https://doi.org/10.61567/jmmib.v3i2.121

Praja, Y. (2022). 7568-22088-2-Pb. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *08*(01), 31–41.

Pratama, R. S., Muhamad Ariandi, Muhammad Fadhil, Eka Kirana Putri, & Fitri Purwaningtias. (2024). Strategi Promosi Penjualan Makanan Kemplang Di Desa Sukarami Melalui Aplikasi Marketplace Shopee. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, *2*(4), 1172–1179. https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i4.975

Priyanto, R. (2024). Pengaruh Variasi Produk , Kualitas Produk , dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Toko Prahasta Purbalingga. *3*(2), 898–906.

Putra Y, S, M. (2021). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Breadtalk Lombok Epicentrum Mall. *Distribusi - Journal of Management and Business*, *9*(1), 55–68. https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i1.132

Putri, R. B. A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pisang Slebew. *Performa*, *6*(1), 21–29. https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1907

Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada rumah kecantikan sifra di pati. 5, 1–12.

Sara, W., Hadijah, S., & Sasmita, A. S. (2022). Inovasi Pemanfaatan Susu Evaporasi Sebagai Pengganti Santan Terhadap Hidangan Penutup Khas Makassar. *Home Journal.*, *4*(2), 320–336. https://doi.org/10.61141/home.v4i2.249

Sari, E. N., Santosa, M. E., Anggara, M. F., & Prasetyo, A. (2022). Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Tanaman Hias di Bursa dan Pelelangan Menggung Forest Art 2 Kecamatan Tawangmangu. *Agricultural Socio-Economic Empowerment and Agribusiness Journal*, *1*(1), 1. https://doi.org/10.20961/agrisema.v1i1.61336

Siaputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan , Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. 10(1), 13–23.

Sugiono. (2012). Pengaruh Kepemimpinan Partisipatif D an Komitmen Organisasi Terhadap Efektifitas Implementasi Rencana Stratejik Pada Madrasah Aliyah D i Kabupaten Sukabumi Jawa Barat Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | per. 66–90.

Suyanto, M. A., M, M. A., & Karundeng, D. R. (2021). Pengaruh Bauran Promosi, Harga, Display Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Anugerah Farma di Kota Gorontalo. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, *3*(1), 75–91. https://doi.org/10.24090/mabsya.v3i1.4746

Ticani, kelly dan. (2013). *LIKERT (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale)*. *2*(2), 125–131.

Tjiptono, F. (2022). Strategi Pemasaran Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, *12(1), 45-60.*

Veronika, N. N. . (2022). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis , Vol . 11 No . 4 Desember 2022 E - ISSN*. *11*(4).

Widjaja, Y. D. W. (2023). Pengaruh inovasi produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor. 5(1).

Yufiter, H. dan, & Islamuddin. (2024). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Dailycious Café Resto Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, *5*(2), 213–222.