

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, F. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Minat Pembelian Ulang (Survei pada Konsumen Go-ride di Kota Surabaya). *Doctoral dissertation*, Universitas Brawijaya.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Laporan Akhir Penelitian Dosen Pemula. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah* 1(0118047804), 1-50.
- Aufa, Z. D., & Kamal, M. (2015). Analisis Pengaruh Ragam Menu, Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang pada Soto Sedep Banyumanik Cabang Ambarawa. *Doctoral dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Fandiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Ecobuss : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7, 21–42
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Garvin, D.A. (1987), “Competing in the eight dimensions of quality”, *Harvard Business Review*, Vol. 65 No. 6, pp. 101-109.
- Hariyanti, A. D. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Produk Perlengkapan Kunci Di PT. Kenari Djaja Prima Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 10(1), 47-87.
- Kusdyah, Ike. 2012. Persepsi harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 1, April 2012.
- Lasander, C. 2013. Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional (Survey pada Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audia di Tahuna Kab. Sangihe). *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No. 3. Hal. 284-293.
- Muharam, Wifky, and Euis Soliha. (2017) “Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio, *Prosiding Nasionall Multi Disiplin & Call For Papers Unisbak*

- Peter, J, Paul & Jerry, C, Olson, 2014, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi Sembilan, Buku 2, Penerbit Selemba Empat, Jakarta
- Pitaloka, I. W., & Gumanti, T. A. (2019). The effects of brand equity on repurchase intention: The role of brand relationship quality in Muslim Wear Brand Surabaya-Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(1), 196–199.
- Riyono dan Gigih Erlik Budiharjo. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk AQUA di Kota Pati. *Jurnal STIE SEMARANG*, VOL 8, NO 2, Edisi Juni 2016 (ISSN: 2252-826). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Semarang.
- Ruth, A., Sukaatmadja, I. P. G., & Cahaya, ketut nur. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada LnC Skin Care Singaraja. *Ejurnal.Itats.Ac.Id*.
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., & Elias, S. J. (2011). Food Quality Attributes Among Malaysia's Fastfood Customer. *International Business and Management Journal*, 2(1), 198-208.
- Tariq, M.I., M.R. Nawaz, M.M Nawaz, Hasim Awaiz Butt. 2013. Customer Perception About Branding And Purchase Intention : A Study of Fincgin An Emerging Market. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(2), 340 – 347.
- Thamrin, A., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Tjiptono, Fandi dan Chandra, Gregorious. 2012. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta : Andi offset.
- Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2019). Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 87–96.