

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, S. (2008). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Ali, Hasan. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Anggreni, P. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Dan Pembelian Ulang Pelanggan Pasar Umum Ubud. *Telaah Bisnis*, 16(2), 110–118.
- Apriyani, N., & Suharti, S. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Manajemen Dewantara*, 1(1), 21. <https://doi.org/10.26460/md.v1i1.45>.
- Arifin, Zainal. (2013). *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Eka, Wahyu. (2017). Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(2), 1–11.
- Ferdinand. (2013). Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Foster, B. (2019). Self Image Congruity and Customer Perceived Sq on Impact Satisfaction on Repurchase Intention. *Journal Sampurasun: Interdisciplinary Studies for Cultural Heritage*, 05(01), 39–52. <https://doi.org/10.23969/sampurasun.v5i02.1527>.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan Ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit.
- Hadani, A. L. (2008). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Pembelian Ulang (Studi Empiris Pada Pt. Sriwijaya Air Distrik Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 8(3), 241–275. <https://doi.org/10.14710/jbs.17.2.128-159>.
- Irzad, M., & Imran, A. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 50–64.
- Kotler dan Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lantieri, Tara. (2008). Variable Relationships in Online Retailing: Cultivating Consumer Satisfaction and Loyalty. *Honors College Theses. Paper 72*.
- Lapian, S. L. H. V. J. (2018). the Influence of Perceived Value and Trust on Repurchase Intention in Shopee Online Shopping. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 331–340. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i1.19097>
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Luthfianto, Dawud dan Suprihhadi, Heru. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 6, Nomor 2.
- Muchsin. (2017). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen Blackberry di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(1), 85–89.
- Pastiniasih, L. (2012). Pengolahan Kopi Instan Berbahan Baku Kopi Lokal Buleleng, Bali (Campuran Robusta dan Arabika). [Skripsi]. *Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor*. Bogor.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Pembelian Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17525/16774>.
- Rico, Tecolalu, M., Wahyoedi, S., & Purnama, E. D. (2019). The Effects of Trust, Service Quality and Perceived Value on Satisfaction and Their Impact on Loyalty. *International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM) Untar*, 325–330. <https://doi.org/10.5220/0008492603250330>
- Rinaldi, A., & Santoso, S. B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Traveloka di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1–14. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/20901>
- Rivière, A., & Mencarelli, R. (2012). Towards a Theoretical Clarification of Perceived Value on Marketing. *Recherche et Applications en Marketing*, 27(1), 97-122.
- Salim, M. A., Soliha, E., & Siswanto, A. B. (2020). Effect Location, Price Perception of Satisfaction Customers and Impact on Repurchase Intention.

- International Journal of Civil Engineering and Technology (Ijciety)*, 11(5).
<https://doi.org/10.34218/ijciety.11.5.2020.015>.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Saputri, D. M., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Ulang Produk Customcase Handphone dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada TNT Shop 3 Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 674–683.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/14659>.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21.
<https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>.
- Setyo, Purnomo Edwin. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Siry. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Tata Rias Pengantin Tunjung Seto Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Mediasi. 64 *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* Vol. 15 No. 1 Maret 2015, 53(9), 64–72. <http://www.elsevier.com/locate/scp>.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sulistiyawati, N. M. (2015). Kepuasan Pelanggan Restoran Indus. *E- Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2318–2332.
<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/viewFile/959/667>
- Tjiptono. (2012). *Service Management*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran*, Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Wiryan, N. Y., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Bisnis E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(5), 217.
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i5.9231>.

- Darmawanto, A. T. (2015). analisis kualitas pelayanan pajak terhadap kepuasan wajib pajak badan di kantor pelayanan pajak Madya Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 15(1).
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of retailing*, 77(2), 203-220.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). The theory of buyer behavior. *New York*, 63, 145.