

DAFTAR PUSTAKA

- Brendavina, C. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Mahasiswi Universitas Sanata- Dharma, Kampus 1 Mrican Yogyakarta Pengguna Hand Body Lotion NIVEA. (Skripsi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta). <https://repository.usd.ac.id/35551/>
- Choirunnisa, A. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Toko Sumber Agung Jekulo Kudus. (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kudus, Kudus). <http://repository.iainkudus.ac.id/2522/>
- Cobb-Walgren et al. (1995). Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intent. *Journal of Advertising*. 24, 25-40
- Darma, Y. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. 4. 133. 10.24912/jmbk.v4i4.8675.
- Faradiba & Astuti, S.R.T. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan Bebek Gendut Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3).
- Faradisa, I., Hasiholan, L.B., & Minarsih, M.M. Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesia Coffeeshop Semarang. *Journal of Management*. 2(2)
- Farida, Y., dkk (2019). *Buku Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Ferdinand, A. (2002). *Struktural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi, Undip
- Firmansyah, M.A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish
- Grafik jumlah gerai ritel Hypermarket di Indonesia. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/jumlah-toko-retail-indonesia-mencapai-361-juta-pada-2021>, diakses pada 1 Juli 2022
- Ghassani, M.T. & Suryoko, S. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG BANDENG JUWANA VACCUM MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PELANGGAN PT. BANDENG JUWANA ELRINA SEMARANG). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 311-319.
- Hadani, A.L. (2008). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI EMPIRIS PADA PT. SRIWIJAYA AIR DISTRIK

- SEMARANG). *JURNAL BISNIS STRATEGI*, 17(2), 128-159.
<https://doi.org/10.14710/jbs.17.2.128-159>
- Halim, Fitria., dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hamdat, Aminuddin., dkk. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Diandra Primamitra Media
- Hardani., dkk. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group Yogyakarta
- Hellier et al., (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2011). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Laporan Keuangan PT. Matahari Putra Prima Tbk.
https://mppa.co.id/annual_reports.html, diakses pada 30 April 2022
- Lupiyoadi, R. & Hamdani, D.A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Levy, M. & Weitz, B.A. (2012). *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw Hill Higher Education
- Marieta, P.D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Legend Coffee Yogyakarta). (Skripsi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta). <http://repository.usd.ac.id/9195/>
- Meilasari, A. & Sudrartono, T. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK INDIHOME. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 523-533.
<https://doi.org/10.31955/mea.vol5.iss3.pp523-533>
- Musfar, T.F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Mutami. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Taksi Kosti Semarang). (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang)

- Parasuraman, et al., (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol 64(1), 12-37
- Prawirosentono, S. (2002). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Abad 21 "Kiat Membangun Bisnis Kompetitif"*. Jakarta: Bumi Aksara
- Rahmi, R. (2016). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, dan Kenyamanan Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Lotte Mart Bekasi Junction. *E-Journal Widya Ekonomika* (Vol. 1)
- Ramaputra, B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk (Film) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada E- Cinema Entertainment Plaza Semarang). (Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang).
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Saifuddin, A. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Santi, E.R. & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi Online terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Sate Taichan Banjar D'licious). *Jurnal Sains Management dan Kewirausahaan*, 4(1).
- Sarahnadia. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Harga terhadap Repurchase Intention. (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang)
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK
- Septianto, G.W. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Hypermart Paragon Semarang. (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang)
- Sudaryono (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implikasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiharto, L. (2018). Pengaruh Citra Merk, Inovasi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Mahasiswa Kampus I Mrican Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). (Skripsi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta)
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia

- Sundari, A. & Syaikhudin, A.Y. (2021). *Manajemen Ritel (Teori dan Strategi dalam Bisnis Ritel)*. Lamongan: Academia Publication
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik Edisi 2- Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2016). *Pemasaran strategik Edisi 4- Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Index Hypermarket. https://www.topbrand-award.com/top-brand%20index/?tbi_find=hypermart, diakses pada 2 Juli 2022
- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama