

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Alam, K. I., & Sarpan, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Ulang Mazaya Dekoratif Dan Skincare Pada Toko Tangga Mas Tambun. *Ikraith-Ekonomika*, 284-291.
- Dotulong, V., & Montolalu, L. A. (2021). Diversifikasi Olahan Ikan Pada Wanita Kaum Ibu GPIJS Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *Media Teknologi Hasil Perikanan*, 9(1), 20-27.
- Fandy, T., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Habibatullah, N. F., & Indayani, L. (2024). Analysis of Electronic Word Of Mouth (e-WOM), Price, and Brand Image on Purchasing Interest in The Originote Product: Analisis Electronic Word Of Mouth (e-WOM), Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk The Originote. 1-21.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hidayat, W., & Purwanto, H. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, KEBERAGAMAN PRODUK, SUASANA TOKO DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI PASAR TRADISIONAL WONOSOBO. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1). doi: <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>
- Inan , D. I., Hidayanto, A. N., & Juwita , R. (2021). Service Quality and SelfDetermination Theory Towards Continuance Usage Intention of Mobile Banking. *Service Quality and SelfDetermination Theory Towards Continuance Usage Intention of Mobile 121 Banking*. doi:<https://doi.org/10.1108/JSTPM-01-2021-0005>
- Kian , Y. A., Fandy, T., & Sandhu, M. (2021). Predicting consumers' digital piracy behaviour: Does past experience matter? *International Journal of Emerging Markets*,.
- Kotler, & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*,. Jakarta: PT.Indeks,.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PT PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION. *Jurnal Kompetitif*, 2(3).
- Lestari, Fitri, A., & Indra, B. (2016). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli Di Toko Cermin Simpang Tiga Pasar Bedeng Viii Kayu Aro Kecamatan Kayu Aro Barat. *Jurnal Benefita Februari*, 1-6.
- Maarif , V., Nur , H. M., & Septianisa, T. A. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skincare Yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Menggunakan Logika Fuzzy. *EVOLUSI : Jurnal Sains dan Manajemen*, 7(2), 73-80.
doi:[https://doi.org/10.31294/evolusi.v7i2.6755an%20Manajemen,%207\(2\),%2073%E2%80%9380.%20https://doi.org/10.31294/evolusi.v7i2.6755](https://doi.org/10.31294/evolusi.v7i2.6755an%20Manajemen,%207(2),%2073%E2%80%9380.%20https://doi.org/10.31294/evolusi.v7i2.6755)
- Ningsih, F. F., Darmawan, K., & Irdiana, S. (2021). Pengaruh Harga, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang pada Shopee (Studi pada Konsumen Shopee di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 3(3).
- Ningsih, K. S., & Sutedjo, B. (2024). PENGARUH CUSTOMER VALUE DAN CUSTOMER EXPERIENCETERHADAP PURCHASE INTENTION DAN TERHADAPCUSTOMER SATISFACTION (STUDY PADA PELANGGAN PRODUK FASHION DI E-COMMERCESHOPEE). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 339-352.
- Nugrahaeni, F., Wulandari, N., & Agustin, M. (2022). Tingkat Pengetahuan , Sikap , dan Perilaku Masyarakat Terhadap Kehalalan Kosmetik di Kecamatan Duren Sawit DKI Jakarta. 119-122.
doi:<https://doi.org/10.18860/jip.v7i2.16050>
- Nurdin, S., & Sulastri, A. (2022). Lifestyle, Perceived Value dan Customer Value Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekspansi*, 147-162.
- Oentoro, D. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LakBang Pressindo.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

- Putri, R. B. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN PISANG SLEBEW. *Jurnal Performa*, 6(1), 21-29.
- Safrina, W. D., Farida, N., & Ngatno. (2023). Pengaruh Customer Value dan Customer Experience terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Jemaah PT. Penata Rihlah Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1). doi:<https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37217>
- Sebayang, S. K., & Situmorang, S. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Online di Kota Medan. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesai*, 2(2), 220-235. doi:<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.86>
- Senawidjaya, S., Wijaya, E., & Harahap, M. N. (2014). Pengaruh Product Quality, Brand Image, dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Sepatu Lari Ortuseight di Jakarta. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 20(2), 157-166.
- Sulistyowati, R., & Rum, M. (2021). Strategi Pemasaran dengan Perspektif Dominant Logic pada Agrotawon Wisata Petik Madu Lawang Malang. *Agriscience*, 2(2).
- Zalyus, M. F. (2020). Memepertimbangkan Perspektif Service-Dominant Logic Sebagai Strategi Pemasaran Di Agro Tawon Wisata Petik Madu, Lawang. *Jurnal Profit*, 14(2), 21-31. doi:<https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.02.3>