

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiat, A. (2022). Persaingan Usaha di Indonesia Meningkatkan, Dekati Target 2024. *Persaingan Usaha Di Indonesia Meningkatkan, Dekati Target 2024*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/11/persaingan-usaha-di-indonesia-meningkat-dekati-target-2024>
- Anjani, A. P. (2021). Analysis of Product Variation and Service Quality on Repurchase Intention Mediated by Customer Satisfaction. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 295–309. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i2.2435>
- Azhar, K., Daud, M., Khidzir, N. Z., & Ismail, A. R. (2018). *Validity and reliability of instrument to measure social media skills among small and medium entrepreneurs at Pengkalan Datu River*. 7(3), 1026–1037.
- Azize, Ş., Cemal, Z., & Hakan, K. 1. (2012). The effects of brand experience and service quality on repurchase intention: The role of brand relationship quality. *African Journal of Business Management*, 6(45), 11190–11201. <https://doi.org/10.5897/ajbm11.2164>
- Bahar, A., & Sjahruddin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 3, 14–34.
<https://osf.io/preprints/inarxiv/tc2fe/>
- Basyar, K., & Sanaji. (2016). Manfaat Terhadap niat Beli Ulang Secara Online. *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 204–217.
- Brand Top Award. (2019). Top Brand Award Restoran Fastfood. *Top Brand Award Restoran Fastfood*.
<https://www.topbrand-award.com/en/2019/05/restoran-fastfood/>
- Dwiana Putri, A., & Astuti, R. T. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–10. <http://ejournal->

s1.undip.ac.id/index.php/dbr

- 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). *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE Tahun*, 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Gunarso. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/524>
- Gunarso. (2020). Strategi Meningkatkan Minat Beli Ulang APTEK terhadap Produk Obat PT Novel Pharmaceutical Labs Medan. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 21(1), 1–9. <https://ojs.stindomedan.ac.id/index.php/JMA/article/view/56/45>
- Hajjar, S. T. EL. (2018). *Statistical Analysis: Internal-Consistency Reliability And Construct Validity Said Taan EL Hajjar Ahlia University*. 6(1), 27–38.
- Handayani. (2016). Survei MasterCard: Restoran Cepat Saji Masih Favorit Masyarakat Indonesia. *SWA Online*. <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/survei-mastercard-restoran-cepat-saji-masih-menjadi-tempat-favorit-bagi-masyarakat-di-indonesia>
- Hendri, & Setiawan, R. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Samudra Bahari Utam. *Agora*.
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku generasi milenial dalam menggunakan aplikasi Go-food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249.
- Hwang, C., & Heath, E. I. (2014). Reply to G. Procopio et al. *Journal of Clinical Oncology*, 32(27), 3083. <https://doi.org/10.1200/JCO.2014.56.8501>
- Kasmir. (2017). Pengertian Kualitas Layanan. *Manajemen*, 47. <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/F11A/2015/F.111.15.0038/F.111.15.0038-05-BAB-II->

20190306035757.pdf

- Lewis, & Boom. (2013). Harga kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil toyota avanza. *Manajemen Bisnis*.
- Naresh, M., & David, B. (2006). Marketing Research An Applied Approach. *Pearson Education Limited*.
- Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMUDAHAN, DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 84. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.60106.id>
- Pramesti. (2017). Statistika Penelitian dengan SPSS 24. *PT Elex Media Komputindo*.
- Pratiwi P. (2012). Pengaruh Budaya Organisasi dan Pemberdayaan terhadap Komitmen Organisasional dalam Meningkatkan Kinerja. . . *Jurnal ASET*, 41–52.
- Priyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. *Zifatama Publish*.
- Putri, L. H. (2013). faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen terhadap naget Delicy. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1, 137.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12.
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Ridwan, M., & Noviyanti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Kinerja*, 4(1), 53–66. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v4i1.1698>
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Indonesia Indovisi Institute*, 1(III), 83–100. <https://doi.org/https://doi.org/10.30985/ji.v1i1.5>
- Sarangih, G. S. (2021). 2021, Kemenperin Patok Pertumbuhan Industri Mamin 5 Persen. *Ekonomi Bisnis*.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210906/257/1438655/2021-kemenperin-patok-pertumbuhan-industri-mamin-5-persen>

- Sarwono, J. (2014). Model - Model Linier dan Non - Linier dalam IBM SPSS 21. *PT Elex Media Komputindo*.
- Su, L., Swanson, S. R., & Chen, X. (2016). The effects of perceived service quality on repurchase intentions and subjective well-being of Chinese tourists: The mediating role of relationship quality. *Tourism Management*, 52, 82–95. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.012>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Alfabeta, CV*.
<https://massugiyantojambi.wordpress.com/2011/04/15/teori-motivasi/>
- Sugiyono. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *ALFABETA*, 69.
- Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi. *Pustaka Baru Press*, 33.
- Sullivan, Y. W., & Kim, D. J. (2018). Assessing the effects of consumers' product evaluations and trust on repurchase intention in e-commerce environments. *International Journal of Information Management*, 39(December 2017), 199–219. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.008>
- Sunyoto, D. (2013). Perilaku Konsumen. *Center of Academic Publishing Service (APS)*.
- Tjahjaningsih, E. (2013). Pengaruh Citra Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang). *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 2(13), 13–27.
- Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Development*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Widarjono, A. (2018). Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya Disertai Panduan Eviews Edisi Kelima. *UPP STIM YKPN*.