

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Kuncoro. 2001. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Asumsi Klasik*. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Adityo, D., Darmawan, D., & Susrusa, K. (2014). Pengaruh Karakteristik Situasional dan Komponen Kualitas Layanan Gerai Starbucks terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 2(1), 49–60.
- Adriany, V. (2013). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa GO-JEK Melalui Kepuasan Pelanggan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Andreani, 2012. *The Impact of Brand Image Towards Loyalty with Satisfaction as A Mediator in McDonald's*. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, Vol.14, No.1, Maret 2012: 64-71.
- Apriyani, Y. (2013). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut di Kota Padang. *Manajemen*, 2(1), 1–10.
- Ashimp, Terence. 2000. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke-5. Jakarta: Erlangga.
- Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran "Analisa perilaku konsumen"*. Edisi pertama cetakan ketiga. BPFE: Yogyakarta.
- Berman, dan Evan. 2007. *Manajemen Ritel*. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Bugin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Edisi Pertama, Cetakan Ke-5.
- Fandy, Tjiptono. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi pertama, Yogyakarta: Penerbit Bayumedia Publishing.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Ketujuh)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Gujarati, Damodar N. 2006. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hawkins, Dell. Best, Roger J. dan Coney, Kenneth A. 2007. *Consumer Behavior*. New York: The McGraw–Hill Companies.

- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Adityo, D., Darmawan, D., & Susrusa, K. (2014). Pengaruh Karakteristik Situasional dan Komponen Kualitas Layanan Gerai Starbucks terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 2(1), 49–60.
- Ilat, L. V, Parengkuan, T., & Murni, S. (2018). Analisis Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ulang Pada Ukm D'Cendol 77 Di Eic Unsrat. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2548 – 2557.
- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *STIE PGRI Dewantara Jombang*, 10(1), 13–27.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat: Jakarta.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, E. E. (2013). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Melisa, Y. (2012). Impact of the CAP reform on the Spanish agricultural sector. *Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh*, 01(September), 151–163.
- Novantiano. 2007. *Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Barang-Barang Elektronik Buatan RRC*.
- Nugraha, I. M., & Sugiarto. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Intervening*. 5, 1–8.
- Pee, L. G., Jiang, J., & Klein, G. (2018). The effect of promoting website usability on repurchase decisions. *International Journal of Information Management*, 39(December2017),228–241. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.010>.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2015. *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra*. Cetakan XIII. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sagita, F. E. (2012). Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian ulang produk kentucky fried chicken (kfc) di cabang basko grand mall oleh mahasiswa universitas negeri padang. *Universitas Negeri Padang*, 1–8.

- Sekaran, Uma. 2011. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba empat.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan (R&D)*. Alfabeta: Bandung.
- Sukarno, G., & Sumarto, S. (2007). Pengaruh Pengorbanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 9(4), 545. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2005.v9.i4.2392>.
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE.
- Trisnawan, A. D., & Amron. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung Di Semarang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Usman Hardinus, d. S. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate Untuk Riset Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.