

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawa, Anak, Agung, Gede, Wirawan Yudi. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga terhadap Niat Beli Ulang Konsumen. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 4(3), 551-559.
- Arifin, S. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran Pada Sentra Industri Kue dan Roti di Desa Bugo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 848–859. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2550>, diakses 30 Juni 2024
- Elva Syavita, F., & Hanif, M. (2023). Pengaruh Strategi Marketing & Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food di Indonesia: Hit and Run or Sustainable Business. *Technomedia Journal*, 8(2SP), 205–220. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i>, diakses 2 September 2024
- Ermini, Suryati, Najib, M., & Nindiati, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1), 36–51. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i1.9814>, diakses 15 Maret 2024
- Fadli, Y Rivaldo, SV Kamanda E Yusman. (2022). The Effect of Products, Promotions And Prices On Mizon's Purchasing Decision At Alfamart Sungai Harapan. *Jurnal Mantik*, 2393-2399.
- Hasan, R. N. W. S. K. (2018). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Minat Sewa Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Sewa Lapangan Futsal (Survei Pada Konsumen Arena Futsal Tidar Malang, Jawa Timur). 34(1), 56–64.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah. *Journal of Applied Business Administration*, 3 (1), 40–52. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1282> diakses 20 Juni 2024.

- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>, diakses 03 Maret 2024.
- Maulana, (2022) Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Layanan Tambahan Penerbangan (*Ancillary Service*) Pada Maskapai *Low Cost Carrier*. *Jurnal Manajemen Dirgantara* Vol 15, No. 2, Desember 2022. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/view/783>, diakses 19 Agustus 2024
- Marlius, Doni., dan Jovanka, Nadilla. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economia*. 2(1), 121-128. <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/326>, diakses 20 Agustus 2024
- Nurulliyannah, N., Iskandar, K., Setiadi, R., & Undartik, S. (2022). Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran melalui Peningkatan Citra Produk Usaha Warung Seblak Ibu Aenun (Studi Kasus Desa Cikuya). *JAMU : Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*,3(01),48–55.<https://doi.org/10.46772/jamu.v3i01.837>. diakses 19 Agustus 2024
- Oscarius Yudhi Ari Wijaya, Sulistiyani, Juliani Pujowati, Theresia Siwi kartikawati, Ninik Kurni asih and Agus Purwanto. (2021). The role of social media marketing, entertainment, customization, trendiness, interaction and. *International Journal of Data and Network Science*, 5, 231-238.
- Restiana Suriadi, P., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Product Variations, Brand Image and Word of Mouth on Repurchase Interest in Thirsty Drinks at Sentosa Depok Outlets. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 138–150. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i1.800>. diakses 01 April 2024
- Rijal, S., Mubyl, M., & Mariah, M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pada Perusahaan Dedaku Food and Drink Kab. Bulukumba. *Nobel Management Review*, 3(4), 714–724. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i4.3464> diakses 5 Juni 2024

- Saharuddin, S., W. Prihatmono, M., & Karmila, K. (2020). Analisis Usability Google-Classroom Menggunakan Metode Skala Likert. *Jurnal Informatika Progres*, 14(4), 53–61. <https://www.jurnal.stmikprofesional.ac.id/index.php/Progress/article/view/184>. diakses 30 September 2024
- Swara paudra, Dewa Made.,Ega (2024) *The Effect Of Information Quality, Customer Experience, Price, And Service Quality On Purchase Intention By Using Customer Perceived Value As Mediation Variables (Study On Gofood Applications On The Millenial Generation)*, 3(2), 212-224.
- Sugiyono. (2016) *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*, Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V., Wiratna. (2016) *Metodologi Penelitian*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Saharuddin, S., W. Prihatmono, M., & Karmila, K. (2020). Analisis Usability Googl e- Classroom Menggunakan Metode Skala Likert. *Jurnal Informatika Progres*, 14(4), 53 –61. [https://www.jurnal .stm ikp rofes ional .ac .id/index.php /Progress /article /view/184](https://www.jurnal.stm ikp rofes ional .ac .id/index.php /Progress /article /view/184) diakses 30 September 2024
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Ecodemica. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 2(1), 136–146. diakses September 2024
- Wijoyo, H., Cahyono, Y., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2020). Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal. In *Insan Cendekia Mandiri*. 3(1), 233-242.
- Walangitan, Brenda, Yohana, Dotulong, Lucy O.H, dan Poluan, Jane, G. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Ojek Online Grab. *Jurnal EMBA*, 10(4), 511-521.
- Yuniawati, Yuni, dan Istachanah. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Ojek Online Grab. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(4), 96-108.