

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, G., Safitri, N., Nurfitawijaya, R., Dzikri Basilla, W., & Nadia. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Pekalongan). *JREA : Jurnal Riset, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 1(2), 131–140. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.276>
- Annur, C. M. (2021). Mixue Punya Gerai Terbanyak ke-5 di Dunia, Burger King Kalah. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/29/mixue-punya-gerai-terbanyak-ke-5-di-dunia-burger-king-kalah> (Diakses pada 27 November 2023)
- Ferdinand, A. 2002. *Marketing strategy making*. Semarang: BP UNDIP.
- Dewi, I. G. A. P. R. P., & Ekawati, N. W. (2019). *Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia* ABSTRAK Manusia merupakan makhluk hidup yang memiliki banyak kebutuhan , salah satunya adalah makanan d. 8(5), 2722–2752.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Hair, J. e. (2018). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. Cengage

Learning.

Hasan, A. (2018). *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.

Hikmah, J. (2020). *Paradigm. Computer Graphics Forum*, 39(1), 672–673.

<https://doi.org/10.1111/cgf.13898>

Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, D., Zuhdi, R., Kesuma, M., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala, P. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Usaha Food and Beverage Dongdongg.Id Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Terakreditasi SINTA*, 4(3), 554–570. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>

Keller, K. L. (2016). *Strategic Brand Management: Building Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow. Pearson Education Inc. English.*

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi 12)*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.*

Lukitaningsih, A., Ningrum, N. K., & Muttaqin, F. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Product Quality dan Service Quality terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Yogyakarta). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 372.

<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.794>

Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli ulang. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 654–661.

<https://doi.org/10.30872/jmmn.v13i4.10161>

Novitasari, W., Menuk, C., Handayani, S., & Surabaya, A. B. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, Wom Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Senewen Time Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 3(2), 2746–8607.

Nurfitriana, S., & Iriani, F. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Sebatik*, 22(2), 56–63. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v22i2.308>

Nurhidayah Manurung, R., & Hadian, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dalam Berbelanja Online Shopee Info Artikel Abstrak. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2(1), 106–118.

Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula Menengah*. Jakarta: Gava Media

Putri, A. P. (2023). 10 Provinsi dengan Gerai Mixue Terbanyak di Indonesia. <https://data.goodstats.id/statistic/adelandilaa/10-provinsi-dengan-gerai-mixue%20-di-indonesia-yfFmV> (Diakses pada 27 November 2023)

Rasmana, F. A. S., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas

- Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 114. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i1.3839>
- Rizal Nur Qudus, M., & Sri Amelia, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Minat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Bang Dava. *International Journal Administration Business and Organization*, 3(2), 20–31. <https://doi.org/10.61242/ijabo.22.207>
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>
- Sinabela, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 231–240.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Edisi kedua*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Wiradarma, I. W. A. & Respati, N. N. R, (2020). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Lazada Di Denpasar. *Jurnal Manajemen*, 9(2) 637–657. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i02.p12>

- Witama, A., & Keni, K. (2020). *The Impact of Brand Image, Perceived Price and Service Quality Toward Customer Satisfaction*. 439(Ticash 2019), 316–320.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.200515.057>
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8. Edisi Pertama*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.