

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. "*Manajemen Pemasaran Modern*". (Edisi kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : *Liberty Offset*.
- Bhuono. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Bolton, Ruth N. and C. B. Bhattacharya. 2000. "*Relationship Marketing in Mass Markets, Handbook of Relationship Marketing*". Jagdish N. Sheth and Atulavatiyar (Eds.). Sage Publications: Thousand Oaks, CA, 327-54.
- Fandy Tjiptono, 2008 .*Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- Ferdinand (2000), *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik, Research Paper Series*, BP UNDIP.
- Ghoribi & Walorjo. "Pengaruh ECommerce, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pebelian (Studi Pada Batik Mahkota Laweyan, Surakarta)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 7. No. 4 (10 2018): 185-191.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi Ke 4). Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*". Semarang : UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Handayani, S. P. N., & Suradi, S. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk di Planet Distro Sragen*. Smoting, 16(4), 82-89.
- Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hawkins, M. & B. (2007). *Pembelian Ulang. Angewandte Chemie International Edition*. 6(11), 951–952., 1(3), 5–24.
- Islamia, N., & Purnomo, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Seblak Duar Bangkalan. Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(3). 332-339.

- Kotler & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, N. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa Bob 224-228, Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga dan Produk (Literature Reviewe Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 462-471.
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2002. *Perilaku konsumen dan strategi pemasarann*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Riyono & Budiharja, Pengaruh Kualitas Produk Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal STIE Semarang volume 8*, 2016: 2252-826.
- Schiffman dan Kanuk, 2008. *Consumer Behaviour*. 7th Edition (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT Indeks
- Simamora, Henry. 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional*, Cetakan Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

- Swastha dan Handoko, 2015, *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, Gregorius dan Dadi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : ANDI.
- Wardani, A., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Keputusan pembelian ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening ditinjau dari kualitas produk dan kualitas pelayanan pada pasar triwindu surakarta. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 4(01), 191-195.
- Yudiana, I. M., & Indiani, N. L. P. (2022). Peran Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali di Bale Ayu Denpasar. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, Volume 21, Nomor 1, 2022; 55–63