

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, M., & Trenggana, A. F. M. (2020). Pengaruh Customer Engagement Dan E-Service Quality Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Tiket.Com. *ProBank*, 5(1), 83–99. <https://doi.org/10.36587/probank.v5i1.570>
- Bangun, E. B. R., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Riau, U. I. (2022). *No Title*.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149–159. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2.1081>
- Ghozali, I. (2014). *Desain Penelitian*. UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). *Kosmetik Wardah ( Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota*. 3(1), 40–52.
- Ilmiah, W. J. (2023). (3) 1). 19(1), 477–486.
- Khotimah, K., & Astuti, P. B. (2022). Pengaruh Aksesibilitas dan Physical Evidence Terhadap Repurchase Intention dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(4), 547–566. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i4.148>
- Kridaningsih, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2), 1–10.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., & Ami Fitri Utami, A. G. (2016). Pengembangan Model

- Peningkatan Daya Saing UMKM di 68 Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 5(1), 77–93.
- 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>
- Makelew, A. J. L., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Repurchase Intention (Minat Beli Ulang) Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Batu Angus Di Bitung Analysis of Factors That Influence Repurchase Intention of Tourism Interest in Tourism Object in Alam Batu Angus Di Bitung. *Emba*, 7(3), 2631–2640.
- Makrifah, L., & Trishananto, Y. (2021). Pengaruh Bukti Fisik, Layanan, Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Intervening. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 330–341. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i2.306>
- Muhammadiyah, U. (2023). *Kusdianto 1 Firanti 2 1 ,2*. 5(2), 190–199. <https://doi.org/10.31000/combis.v5i2.9587>
- Nathadewi, K. S., & Sukawati, T. G. R. (2019). Peran Kepuasan Dalam Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Lion Air. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6658. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p14>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). *Quality And Competitive Pricing Literature Review : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian , Kualitas Produk dan Harga Kompetitif*. 4(November 2022), 183–188.
- Pai, C. K., Liu, Y., Kang, S., & Dai, A. (2020). The role of perceived smart tourism technology experience for tourist satisfaction, happiness and Repurchase intention. *Sustainability (Switzerland)*, 12(16). <https://doi.org/10.3390/su12166592>
- Putra, R., Manajemen, M. D., Harga, P., Produk, K., & Produk, K. (2021). *DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PRODUK , CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA ( LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN )*. 2(4), 516–524.
- Rahmawati, U., Bintarti, S., & Kurniawan, E. N. (2023). *Nilai yang Dirasakan dan*

*Harga terhadap Niat Pembelian Kembali dengan Moderasi Kepuasan Konsumen Sari Roti dan Moderasi Personal Selling.* 05(04), 16834–16850.

- Rahmayanti, P. L. D., Suartina, I. W., Wijaya, N. S., Wardana, M. A., Sumerta, K., & Yasa, N. N. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Berkunjung Kembali Pada The Sila's Agrotourism. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 1(2), 48–56. <https://doi.org/10.56916/jimab.v1i2.169>
- Riset, J., Prodi, M., Fakultas, M., & Unisma, B. (2021). *Vol. 12. No. 02 ISSN : 2302-7061. 12(02), 744–754.*
- Rivaldo, Y., & Yusman, E. (2021). Pengaruh Physical Evidence , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada. *Jurnal As-Said. LP2M. Institut Agama Islam Abdaullah Said Batam*, 1(1), 13. <http://e-journal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/AS-SAID/article/view/7>.
- Rizan, M., Saidani, B., & Rina Anggraeni. (2022). Pengaruh Perceived Value dan Promotion terhadap Repurchase Intention dengan Kepuasan sebagai Intervening. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(1), 128–139. <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/595/364>
- Studi, P., Informasi, S., Atma, U., & Yogyakarta, J. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Pada Kedai Joglo Bolo Seno.* 2(1), 47–56.
- Yusuf, J. C., Prayogo, R., Program, F. A., Perhotelan, M., Manajemen, S., Bisnis, F., & Ekonomi, D. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Traveloka. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 9(1), 1–11. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/11496>