

**DAFTAR PUSTAKA**

- AC Nielsen. 2013. *Mothly Report Performa TVRI Jawa Timur*. Jakarta; AC Nielsen
- Aditya, Tjiptjono. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. 2011:23.
- Ain, Nurul dan Ririn Tri Ratnasari. 2015. Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk Busana Muslim Zoya di Surabaya. *JESTT*, Vol. 2, No.7
- Alex, Dhanya dan Sam Thomas. 2011. *Impact of Product Quality, Service Quality, and Contextual Experience on Customer Perceived Value and Future Buying Intentions. European Journal of Business and Management*. ISSN: 2222-1905, Vol. 3, No. 3
- Andriadi, Akmal dan Nindria Untarini. 2013. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan dan Citra Merek Telkom Flexi Terhadap Niat Beli Ulang. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 1, No.2
- Arsyanti, Nuri Mahdi dan Sri Rahayu Tri Astuti. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Keragaman Produk Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*. ISSN 2337-3792, Vol. 5, No. 2
- Chinomona, Richard dan Eugene Tafadzwa Maziriri. 2017. *The Influence of Brand Awareness, Brand Association, and Product Quality On Brand Loyalty and Repurchase Intention. Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*. Vol. 12, No. 1
- Dewi, Wahyu Setia, Leonardo Budi H. dan Maria M. Minarsih. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening*. *Journal Of Management*. Vol. 2, No 2

Hair, Joseph F JR, *et al* .2010. *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prentice Hall

[\(https://industri.kontan.co.id/](https://industri.kontan.co.id/)

[https://web.facebook.com/pg/MinisoIndonesia/reviews/?ref=page\\_internal](https://web.facebook.com/pg/MinisoIndonesia/reviews/?ref=page_internal)

<https://www.cnbcindonesia.com/market/20190507112851-17-70931/kenaikan-penjualan-ritel-maret-2019-tertinggi-dalam-3-tahun>

<https://www.instagram.com/minisoindo/?hl=id>

Hussain, Rahim, Amjad Al Naasser, Yomna K. Hussain. 2015. *Service Quality and Customer Satisfaction of a UAE-Based Airline: An Emperical Investigation*. *Journal of Air Transport Management*. Vol. 1, No. 1: 167-175

Iskandar, Dodi, Rita Nurmalina dan Etty Riani. 2015. *The Effect of Service, Product Quality and Perceived Value On Customer Purchase Intention and Customer Satisfaction*. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. Vol. 1, No. 2

Kadir. 2015. *Statistika Terapan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Keller, K. L. 2013. *Strategic Brand Management*. London: Pearson Education.

Kim, C., Galliers, R. D., Shin, N., Ryoo, J. H., & Kim, J. 2012. *Factors influencing Internet shopping value and customer repurchase intention*. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(4), 374-387

Kotler, P & Armstrong, G. 2014. *Principles of marketing*. Pearson New Jersey.

Kotler, P & Keller, Kevin. L. 2016. *Marketing Management 15<sup>th</sup> Global Edition*. Pearson Education Limited

Kristianti, Ester. 2016. *The Influence of Brand Image, Service Quality, Product Quality on Customer Repurchase Intention Mediating to Customer Satisfaction Towards KFC*. *Journal of Management*. Vol. 5, No. 4

Malhotra, N. K. 2010. *Marketing Research An Applied Orientation*. Pearson Education Inc.

Malik, Muhammad Ehsan, Muhammad Mudasar Ghafoor dan Hafiz Kashif Iqbal. 2012. *Impact of Brand Image, Service Quality, and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector*. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3, No. 23

Mustapa, Ali, Patricia Diana. P. dan Leonardo Budi. H. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Keragaman Produk Sparepart Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*. Vol. 4, No. 4

Nurhayati dan Murti Wahyu W. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. *Value Added* Vol.8

Oktarini, Made Ayu Swari, dan I Made Wardana. (2018). Peran *Customer satisfaction* Memediasi Pengaruh *Perceived ease of use* Dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Repurchase intention*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 4

Palma, Marisa. A. dan Anik L. Andjarwati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*” (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko *online* di Surabaya). *Journal Of Research In Economics And Management* (Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen) Vol. 16, No. 1, Hal 84-104

Prasetyani, Irna Windu, Handoko Djoko. W. dan Agung Budiatmo. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat di PT Nusantara Sakti Semarang. Vol. 1 No. 1

Putra, Mario Eka Darma. (2018). Efektifitas *E-Servqual* Untuk Menciptakan Kepuasan

Dan Loyalitas Pengguna *E-Banking*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung

Putri, *et al.* 2018. Pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap kepuasan pengguna transaksi *go-pay*. Forum ilmiah pendidikan akuntansi program studi pendidikan akuntansi-fkip universitas PGRI Madiun

Purnami, N. M., & Nurcaya, I. N. 2015. Pengaruh E-Trust, Trust dan E- Satisfaction. Seminar Nasional Sains dan Teknologi (Senatek), 1-8.

Ranjbarian, Bahram, Ali Sanayei, Majid Rashid Kaboli dan Alireza Hadadian. 2012. *An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-Purchase Intention in Iranian Department Store. International Journal of Business and Management*, Vol. 7, No. 6

Razak, Ismail. 2016. *The Impact of Product Quality and Price On Customer Satisfaction With the Mediator of Customer Value*”, *Journal of Marketing and Consumer Research*, ISSN 2422-8451. Vol. 30.

Sahanggamu, S., Mananeke, L., & Sepang, J. 2015. Jurnal EMBA. Analisis Kualitas Layanan, Servicescape dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sinarmas Bitung, 3(1), 1-12.

Saidani, Basrah dan Samsul Arifin, 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1, 2012

Sarwono, Jonathan. 2010. Pengertian Dasar *Structural Equation Modeling* (SEM). *World Wide Web*

Sekaran, U., & Bougie, R. 2009. *Research Method for Business* fifth edition. Wiley

Siyoto, Sandu dan M Ali Sodik. 2015. *Metodologi Penelitian*. Kediri: Literasi Media

Sukardi. (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta. PT. Bumi Aksara

- Suryana, P. & Dasuki, E. S. 2013. Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan implikasinya pada minat beli ulang. *Trikonomika*, 12(2): 190-200
- Tjiptono, F. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. 2008. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Widodo, Sri, Cicik Harini dan Andi Tri Haryono. 2018. Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*. Vol. 4, No. 4
- Yang, K. F., H. W. Yang, W. Y. Chang dan H. K. Chien. 2017. *Effect Service Quality Among Customer Satisfaction, Brand Royalty and Brand Image*. IEEE.ISSN: 5386-0948, Vol. 1, No. 2
- Yu Sum, Cheng and Leung Hui, Chi. 2009. "Salespersons' Service Quality and Customer Loyalty in Fashion Chainstores A study in Hong Kong Retail Stores". *Journal of Fashion Marketing and Management* Vol. 13 No. 1.
- Yulisetiari, Diah, Ari Subagio, Hadi Paramu dan Bambang Irawan. 2017. *Customer Repurchase Intention and Satisfaction in Online Shopping*. *International Business Management*. ISSN: 1993-5250, Vol. 11, No. 1