

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, I., & Suhaji. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada ud pandan wangi semarang. *Ekonomi*, 1–19.
- Al Idrus, S., Abdussakir, A., Djakfar, M. (2021). The Effect of Product Knowledge and Service Quality on Customer Satisfaction. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 927–938. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.927>
- Alinda, R., & Adinugraha, H. H. (2022). Pengaruh Logo Halal, Kesadaran Halal, Dan Sikap Konsumen Untuk Kembali Membeli Produk Makanan Dan Minuman Kemasan. *SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis Islam*, 2(2), 153–168. <https://doi.org/10.21274/sosebi.v2i2.6298>
- Alzahir, A. F., & Lestari, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Ulang Produk Croes Original (Studi Kasus pada Mahasiswa Adminstrasi Niaga). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 133–136.
- Amrulloh, Y., & Dahruji, D. (2023). Pengaruh Harga, Label Halal Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Bakso Aci Taubat Food. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 682–697. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3122>
- Andita, F. D. A., & Hermawan, D. (2023). The role of product knowledge on purchase intention: Case study of agriculture biological product. *International Journal on Social Science, Economics and Art*, 12(4), 207–220. <https://doi.org/10.35335/ijosea.v12i4.173>
- Andy Permana Putra, A. (2024). The Role Of Customer Experience, Brand Image And Trust On Consumer Repurchase Interests Of Indomaret Porong Branch Peran Pengalaman Pelanggan, Citra Merek Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Indomaret Cabang Porong. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4082–4107. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Ariyono, K. Y. (2021). Impact of Halal Products on Purchase Decisions and Customer Satisfaction. *International Journal of Accounting and Management Research*, 1(2), 52–57. <https://doi.org/10.30741/ijamr.v1i2.643>
- Aziz, Y. A., & and Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>
- Chatzoglou, P., Chatzoudes, D., Savvidou, A., Fotiadis, T., & Delias, P. (2022). Factors affecting repurchase intentions in retail shopping: An empirical study. *Heliyon*, 8(9), e10619. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10619>
- Desfrida, M., Pakpahan, B., Zuardi, M. C., & Sudarsono. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Menggunakan Ulang Aplikasi Ovo (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kisaran Barat). *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 8(1).
- Dewi, I. T., & Hasibuan, M. I. (2016). Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer

- Experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantauprapat. *Jurnal Ecobisma*, 3(1). <https://doi.org/10.7868/s0869565216210155>
- Dwi Indah Utami. (2022). Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Bittersweet By Najla Cabang Depok. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 33–42. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.143>
- Fajar, R. A., Yunitarini, S., & Muhardono, A. (2022). Pengaruh Label Halal, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(2), 76.
- Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26434>
- Ganabillah, H. I., & Handayani, E. N. (2023). Pengaruh inovasi produk dan pengalaman Konsumen terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen pada pengguna sabun pembersih wajah. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(12), 2023. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/3545>
- Hermanto, H., & Nainggolan, N. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Aneka Tata Niaga. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen. Jurnal Ilmiah Multi Science*, 11(01), 46–57. <https://doi.org/10.52657/jiem.v11i01.1193>
- 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>
- Huy Tup, H., & Ottar Olsen, S. (2012). Certainty, risk and knowledge in the satisfaction-purchase intention relationship in a new product experiment. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 24(1), 78–101. <https://doi.org/10.1108/13555851211192713>
- Imran, M. I. A. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 50–64.
- Izzuddin, A. (2018). The Effect of Halal Labels, Halal Awareness and Food Materials on Interest To Buy Culinary Foods. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.
- Jr., J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7 ed.). Pearson.
- Jumeri, J., Khosyani, & M.A.F, F. (2021). Analysis of Halal Certification Renewal Service Quality and Their Effect on the Customer's Satisfaction and Loyalty in Yogyakarta (Case Study in Meatball Stall). *Journal of Food and Pharmaceutical Sciences*, 9(1), 372–383. <https://doi.org/10.22146/jfps.1148>
- Kamilah, G. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. 6.
- Keiningham, T., Ball, J., Benoit (née Moeller), S., Bruce, H. L., Buoye, A., Dzenkovska, J., Nasr, L., Ou, Y. C., & Zaki, M. (2017). The interplay of

- customer experience and commitment. *Journal of Services Marketing*, 31(2), 148–160. <https://doi.org/10.1108/JSM-09-2016-0337>
- Kharolina, I., & Transistari, R. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 1–6.
- Kotler, P., & Keller. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kreši, G., Dujmi, E., & Lonč, D. (2022). Information, and Satisfaction with Product Attributes. *Nutrients*, 14(13), 2691.
- Kusuma, A. B., Juanta, A., & Liliani. (2018). Pengaruh Perceived Quality, Harga, dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Ulang Produk M&B di Kota Surabaya. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(4), 472–481.
- Lawu, B. J. L. (2015). Pengaruh Elemen Brand Knowledge Dan Brand Equity Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen Program Studi Magister Manajemen Universitas Katolik Parahiyangan*, 14(2), 197–222. <https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/35>
- Lin, N. H., & Lin, B. S. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Management Studies*, 1(13), 121–132.
- Mardiah, A., & Anugrah, H. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online. *MENARA ilmu*, 14(2), 1–11. <https://www.jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/2245/1825>
- Masili, V., Lumanauw, B., & V.J., T. M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Emba*, 10(4), 44–45. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.288>
- Mukhtar, & Butt. (2012). Intention to choose Halal products: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2).
- Mustika, M. A. C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mixue Ice Cream And Tea di Kota Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2) (2), 35–46.
- Mutiara Prihandani, S., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo Di Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(2), 463–476.
- Nora, L. (2019). Testing customer's knowledge on customer intimacy and its impact on repurchase intention. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 49(4), 594–608. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-03-2019-0041>
- Nurarista, E. A., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Product Knowledge Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Di Btn Kcs Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 81–94. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p81-94>
- Okutu, N. A. (2022). *Moderating Effect Of Customer Product Knowledge On Meal Experience Dimensions And Customer Satisfaction In Star Rated Hotels*

- Within The North Rift Region, Kenya* [University Of Eldoret].
<http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9701-9>
<http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9700-x>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jmr.2008.11.017>
<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1090780708003674>
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/1191>
- Oscardo, J., Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2021). Inovasi Produk, Persepsi Harga, Pengalaman Konsumen dan Strategi Positioning dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 64–75. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.126>
- Pahutar, I., Pristiyono, P., & Simanjuntak, D. (2023). Analisis Tingkat Pengetahuan Konsumen dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian. *Remik*, 7(2), 1108–1118. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12285>
- Paramita, C., Wulandari, G. A., Maridelana, V. P., Safitri, R. N., & Maliki, Y. A. (2021). The Effect of Product Knowledge, Price, and Product Design on Batik Banyuwangi Repurchase Intention. *Journal of International Conference Proceedings*, 4(2), 232–240. <https://doi.org/10.32535/jicp.v4i2.1246>
- Pebrila, L., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). Kekuatan Pengalaman Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handmade Addictive. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(4), 341–354.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behaviour Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (2 ed.). Erlangga.
- Pitoi, C. D., Tampi, J. R. E., Puntuindoong, A. Y., Ilmu, J., Program, A., & Bisnis, S. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado. *Productivity*, 2(1), 1–5. https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CAIQw7AJahcKEwiQ_vHEzpX_AhUAAAAAHQA_AAAAQAw&url=https%3A%2F%2Fjournal.unsrat.ac.id%2Findex.php%2Fproductivity%2Farticle%2Fview%2F32048%2F30432&psig=AOvVaw1xkUXALP_1dJkx9pGD
- Prabowo, H. B. D., & Jamilah, E. S. (2022). Pandangan Yusuf Al-Qardhawi Tentang Sikap Umat Islam Terhadap Sunnah Tasyri'iyah. *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*, 23(2), 153. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i2.9690>
- Purwianti, L., Lim, M., Yusuf Widiyanto, N., & Prastama Juliansyach, R. (2023). Analisis Pengaruh Quality Product, Price, Brand Image, Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Restoran Budi Siang Malam. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 123–134.
- Rahayu Tri Astuti, S. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Rahmawaty, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience

- Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 89–98. <https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11744>
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Risetyanungsih, A., Yantih, N., & Derriawan. (2024). Pengaruh Label Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Produk Sabun Pembersih Wajah X Di Jabodetabek Dan Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ibnu Sina*, 8(3), 152–161.
- Rohadatul Anisa, N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang (Survei Online Pada Pengikut Instagram @Safiindonesia). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(12), 2138–2146. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i12.453>
- Rosita, R. (2016). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Lotte Mart Bekasi Junction. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 1(2), 98–103. <https://media.neliti.com/media/publications/55055-ID-pengaruh-lokasi-kelengkapan-produk-kuali.pdf>
- Safitri, K. (2017). Analisis Pengaruh Customer Experience dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang di Stora Caffe Mmxvi. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 66–75.
- Safrina, W. D., Farida, N., & Ngatno, N. (2023). Pengaruh Customer Value dan Customer Experience terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Jemaah PT. Penata Rihlah Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 140–148. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37217>
- Safrudin, R., & Saifudin, S. (2022). Tingkat kepuasan konsumen dalam belanja di Ayam Penyet Surabaya: Pengaruh label halal, kualitas pelayanan Islami, dan atmosfer toko. *Journal of Halal Industry Studies*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.53088/jhis.v1i1.431>
- Salim, F. K., & Catherine. (2018). Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1(1), 1689–1699.
- Sanita, S., Kusniawati, A., Lestari, M. N., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2019). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Image terhadap Purchase Intention. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 169–184.
- Santi, E. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'Licious). *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan (JSMK)*, 2(1), 47–56.

- <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk> PENGARUH
- Sartika, D., Waris, A., Niaga, A., & Malang, P. N. (2023). Pengaruh pengalaman konsumen dan potongan harga terhadap minat beli ulang konsumen pada produk emina. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2), 43–50.
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i1.5515>
- Sholekhatun Nisa, Lia Amalia, Nina Nurhasanah, & Elistia Elistia. (2024). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(3), 296–310. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i3.3102>
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2872. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p20>
- Sitorus, F., Oktavia, Y., & Prodi. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Sertifikasi Halal, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mixue Batam. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(1), 289–294.
- Suardi, D., Defy, A., Simatupang, R., Jamaludin, N., Wulandari, F., & Abditama, U. C. (2024). *The Effect Of Service Quality, Product, Price And Halal Label On Customer Satisfaction; A Study At The Coffee Shop Melipir Karawaci, Tangerang Banten*. 7(1), 1–6.
- Suchánek, P., & Králová, M. (2019). Customer satisfaction, loyalty, knowledge and competitiveness in the food industry. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 32(1), 1237–1255. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1627893>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (24 ed.). Alfabeta.
- Sumarwan. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sutisnawati, Y., Sari, M. P., Putri, N. K., Ihsan, M., & Ariefin, F. F. (2024). Analisis Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Pemasaran Produk Coklat di Kabupaten Garut. *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 4(1), 38–47. <https://doi.org/10.34010/jemba.v4i1.13062>
- Syaifulloh, S. (2023). *Pengaruh Service Quality, Relationship Marketing, Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction*. Universitas Yudharta Pasuruan.
- Syarifuddin, Mandey, S. L., Tumbuan, W. J. F. A., & Maramis, J. B. (2022). The Effect Of Halal Certificate Trust, Brand Love, Food Quality, On Consumer Loyalty Through Customer Satisfaction At Halal Restaurants In North Sulawesi, Indonesia. *Journal of Positive School Psychology*, 6(10), 3155–3173.
- Tae, B. E., & Bessie, J. L. D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok

- Referensi Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) (Survei Pada Pelanggan the Kings Resto Kupang). *Transformatif*, 10(1), 27–45. <https://doi.org/10.58300/transformatif.v10i1.162>
- Tiara Ghassani, M., & Sri Suryoko, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE Tahun*, 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Trifiyanto, K. (2019). Masa Depan Produk Lokal: Analisis pengaruh Etnosentris Konsumen, Disain Kemasan Dan Persepsi Labelisasi Halal Terhadap Minat Pembelian produk Lokal. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 17(2), 15–24. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v17i2.229>
- Wang, H., Ma, B., & Bai, R. (2019). How Does Green Product Knowledge Effectively Promote Green Purchase Intention? *Sustainability*, 11(4), 1193. <https://doi.org/10.3390/su11041193>
- Washil, M. Z., Afandi, M. F., & Sumani, S. (2023). Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 4(2), 83. <https://doi.org/10.24853/jmmb.4.2.83-96>
- Wijayanti, H. T., & Almaidah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang D’Fresco Donut Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(2), 225. <https://doi.org/10.31315/be.v18i2.5639>
- Wulandari, A. S. A., Rahyuda, I. K., & Yasa, N. N. K. (2015). the Role of Attitude in Mediating Consumer Knowledge Influence Towards the Purchase Intention of Green Product. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 6(2), 133–144. <https://doi.org/10.15294/jdm.v6i2.4302>

