

DAFTAR PUSTAKA

- Z Hrp, A. K., Soemitra, A., Nawawi, Z. M., & Rahmat. (2022). The Influence Of Halal Labeliation, Product Quality, Service Quality and Interest on Purchase Decisions and Increasing the Selling Value of Bakery and Chake. *Padangsidimpuan City. International Journal of Economics (IJEK)*, 1(2), 308-315.
- Abduh, M., Fakhrudin, M., & Herlina, D. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil Di KUBE Talaga Berkah Abadi Kabupaten Lebak. *BERNAS; Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 2535-2543.
- Aditi, B. (2019). Innovation Product and Halal Labelization in Buying Repurchase . *International Research Journal of Business Studies*, 12(1), 87-100.
- Adminkoperasi. (2023, 11 13). *Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM*. Retrieved from Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Kulon Progo: <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/113/kriteria-usaha-mikro-kecil-menengah-menurut-uu-no-20-tahun-2008-tentang-umkm>
- Afifah, F. N. (2022). PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MAKANAN KEMASAN LOKAL (Studi Kasus pada Konsumen Muslim Di Kecamatan Gondokusuman Kota Yogyakarta). *Doctoral dissertation Universitas Islam Indonesia*.
- Agustina, P. (2023). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Rocket Chicken di Kabupaten Kebumen. *Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa*.
- Ambarwati, K. D., & Setiorini, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Pelanggan PT Carita Sari Pratama. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(3).
- Amelia, L. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sariayu Melalui Kepuasan Konsumen. (*Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta*).

- Anifaturrohmah, S., & Hanifah, N. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SALES TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di UD.Cita Rasa Sempidi Denpasar). *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol.5, No. 2.
- Anim, A., & Indiani, N. L. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffe Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1).
- Anisa, N. R. (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.
- Aprilia, N. R., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen OKUI Kopi 3.0 Surabaya). *JIRM: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , 11(2).
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE WAREG BENGKULU. *JMMIB: JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS*, Volume 1, Nomor 1.
- Atiah, I. N., Najmudin, & Syihabudin. (2022). A Halal Certification and Its Effect on Sales Growth; A Case of Halal Certified Food Producers in Banten. *Al Qalam*, 39(1), 1-12.
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). PENGARUH LABELISASI HALAL, MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN CHATIME. *JURNAL SOSIAL EKONOMI PERTANIAN*, Vol. 16, No. 3.
- Bulan, T. P. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*.
- Cupian, Meilasari, K., & Noven, S. A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Studi Masyarakat Muslim di Kota Banjar. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 134-142.

- Dairina, L. (2023). PENGARUH TURBO MARKETING, REPUTASI MEREK DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG SOLARIA MALL DITINJAU DARI ETIKA KONSUMSI ISLAM (Studi Pada Konsumen Solaria Mall Kartini di Bandar Lampung). (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung)
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., . . . Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Kota Bandung - Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia.
- Dr. H. Mastuki, M. (2021, November 19). *Update Sertifikat Halal Di Indonesia : Ekspektasi dan Kenyataan*. Retrieved from Kementrian Agama Republik Indonesia: www.kemenag.go.id
- Endang, A., & Napitulu, E. V. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Scarlett Whitening di Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2),609-618.
- Fitriyah, F. (2016). Analisa Pengendalian Kualitas Produk Tahu Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *UNIVERSUM: Jurnal KeIslaman dan Kebudayaan*, 10(02), 165-176.
- Gerungan, K., & Karina, P. (2019). Analisa Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Restoran Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 7(2).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herison, R., Fachmi, M., & Ismail, I. K. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Jasa Grab Food di Kota Makasar. *AMAR: Amkop Management Accounting Review*, 1(2), 24-31.
- Hermawan, R. M. (2020). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Ramen .
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG PADA KOSMETIK WARDAH (STUDI PADA KONSUMEN KOSMETIK WARDAH DI KOTA BATAM). *Journal of Business Administration*, Vol 3, No.1, hlm 40-52,.

- IHATEC. (2023, Februari). *UMKM Go Global dengan Implementasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH)*. Retrieved from IHATEC: ihatec.com
- Ilat, L. V., Murni, S., & Parengkuan, T. (2018). ANALISIS PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG . *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol.6 No.4, Hal. 2548 – 2557.
- Ilyas, M. (2017). Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Masalahat . *Jurnal Al-Qadau Peradilan dan Hukum Keluarga Islam*.
- Indah. (2023, Januari 7). *Produk Ini Harus Bersertifikat Halal di 2024, Kemenag: Ada Sanksi Bagi Yang Belum*. Retrieved from Kementerian Agama Republik Indonesia: kemenag.go.id
- Irawati, N., & Kussudyarsana. (2023). The Role of Halal Labeling, Brand Image and Brand Trust On Repurchases Decisions On Mixue Products In Surakarta. *ICTMT: Proceeding of International Conference on Digital Advence Tourism, Management and Technology*, 1(1).
- Irfan, M. (2022). Peran Harga dan Kualitas Produk Bagi Konsumen Melakukan Pembelian Ulang di Toko Roti Primadona Surabaya. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(1), 30-36.
- Jannah, R., Mardini, Y., Al-Mubarak, M. A., & Zaini, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM DALAM MEMBELI PRODUK KOSMETIK. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, Vol. 3, Nomor. 2 ISSN : 2775-3700.
- Juniadi, M. (2023, JULI 15). *Kementerian Keuangan RI Direktorat Jenderal Pembendaharaan*. Retrieved from UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkatkan. 18 September 2023. <https://djp.kemenkeu.go.id>
- Kemenkop. (2023). Retrieved from Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. 23 November 2023, umkm.depkop.go.id
- KEMENKOPUKM. (2023). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) 2018-2019*. 23 November 2023. Retrieved from KEMENKOPUKM.
- Khasanah, R., & Habib, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Inovasi Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Toko Hachi

- Donut Mojokerto. *EKONOMIKA : Manajemen, Akuntansi dan Perbankan Syariah*, 12(1).
- Khoeron, M. (2022, Maret 13). Retrieved from Kementrian Agama Republik Indonesia: kemenag.go.id
- Khusna, F. (2023). “Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Tokopedia dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Generasi Z di Purwokerto). *Skripsi. Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*.
- Lestari, D. M., & Suharso, R. (2020). Industri Kulit Lumpia Dan Pengaruhnya Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Kampung Kranggan Dalam Tahun 1990-2017. *Journal of Indonesian History*, 9(1).
- Listianto, N. M. (2023). PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG MIXUE PURWOKERTO (Studi Kasus Pelanggan Generasi Z Mixue Purwokerto).
- Lita, H. N., & dkk. (2023). *Pengakuan Sertifikat Halal Secara Internasional*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah – Bank Indonesia.
- M, O. M., & Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up And Skin Care Pada Generasi Milenial Jakarta. *Jurnal Bina Manajemen*, 7(2), 161-170.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JMPIS :Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*.
- Marchela, G. A., Mitariani, N. W., & Imbayani, I. G. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kosmetik Make Over. *Jurnal Emas*, 3(8), 226-235.
- Marpuah, E., & Hutauruk, B. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Blibli (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, Volume 9, Hal 1205-1215.

- Muliati, T., Nurmatias, F., & Azmi, K. (2022). PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM PADA RESTAURANT DR. NIA BAKER SEAFOOD N STEAK HOUSE DI KOTA DUMAI. *AL-HISBAH JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 2(2), 1-15.
- Murni , S., & Fajrina, N. (2021). PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MAKANAN RINGAN (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Vol 8.
- Nadha, C. (2022, Juni 1). *Masa Berlaku Ketetapan Halal MUI Berubah Menjadi 4 Tahun, Bagaimana Penjelasannya?* Retrieved from LPPOM MUI : <https://halalmui.org/>
- Najmudin, Ridwan, I., Jakaria, Maisaroh, I., & Sujannah, N. (2023). The Effect Of Halal Labels On Purchasing Decision Of Halal Cosmetic Products With Interest As Intervening Variable. *JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 99-110.
- Najmudin, Syahabudin, & Fatoni, A. (2021). The Effect Of Halal Awareness And Food Ingredients On Consumer Interests Of Culinary Seafood Beach Tourism. *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 23-38.
- Negara, R. S., Herdinata, C., & Padmawidjaja, L. (2021). The Effect of Innovation Product and Halal Labelization on Buying Repurchase Special Food in Blitar City. *Bussines And Finance Journal*, 6(2).
- Ningsih, M. R., Susanti, R., & Sumaryanto. (2022). PENGARUH CITA RASA, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI KOPI SHARING KARANGANYAR. *JEKU (Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan)*, Volume 22, No. 3.
- Nurhadi. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 137-150
- Pardiansyah, E., Abduh, M., & Najmudin. (2022). Sosialisasi dan Pendampingan Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) Dengan Skma Self-Declare Bagi Pelaku Usaha Mikro Di Desa Domas. *Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat Indonesia*, 1(2), 101-110.
- Permana, I. W., Mitariani, N. W., & Imbayani, I. G. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Toko Era Dunia. *Jurnal EMAS*, 3(7).

- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN ULANG: PROMOSI, HARGA DAN PRODUK (LITERATURE REVIEW PERILAKU KONSUMEN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469-478.
- PPID. (2022, April 21). *Prosedur Sertifikasi Halal*. Retrieved from Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi: <https://ppid.dinkop-umkm.jatengprov.go.id>.
- Pradina, I., & Rohim, A. N. (2022). THE EFFECT OF HALAL LABEL, PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISIONS. *Internasional Journal of Business Reflections*, 3(2).
- Prameswara, A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek, Presepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Pada Pelanggan Motor Yamaha di Kabupaten Kendal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4, 2622-2205.
- Pratiwi, A. I., Maryam, S., & Damayanti, R. (2020). Keputusan Pembelian Ulang Ditinjau Dari Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Pada The Hidden Place Surakarta. *Edunomika*, 4(2).
- Prayoni, I. A., & Respati, N. N. (2020). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Hubungan Kualitas Produk dan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen*, 9(4), 1379-1400.
- Puspitasari, D. A. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal, Label Halal Dan Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Body Lotion Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember. *VALUE: Journal of Business Studies*, 1(2), 194-214.
- Rachmansyah, M. F., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Layanan Shopee Food di Universitas Nasional. *MSEJ: Management Studies and Enterpreneurship Journal*, 4(6), 8970-8979.
- Redaksi. (2021, Juli 6). *Sertifikat Halal Internasional*. Retrieved from Kompas Pedia: <http://www.kompas.id>
- Saipul, M. (2023). Pengaruh Label Halal, Customer Experience, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan

Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Yen's Deligth Resto & Café Samarinda.

- Salim, A., Yusta, R. N., & Purnamasari, A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Store Beringin Rajawali Kota Palembang. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10 Spesial Issue DNU 14 TH, Maret 2022 page: 159–168
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 156-167.
- Salsabila, M. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas Serta Kesadaran Halal Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*, Vol 04 No 02.
- Samosir, M. D., & Santoso, B. A. (2022). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Produk Kopi Starbucks di Kota Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2).
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *JAMSWAP; Jurnal dan Manajemen*, 4(4), 17-25.
- Sirait, F. Y., Fitri, M., & Batubara, C. (2023). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian ulang Halal Kosmetik Safi. *Syarikat : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2).
- Slamet, S. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Kota Semarang. *UPY Business and Management Journal (UMBJ)*, 2(1), 01-17
- Suci, Y. R. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomis*, 51-58.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, brand Trust dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 4(1).
- Ternate, H. T., & Ralahallo, F. N. (2020). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(1), 581-597.

- Ulya, F. N., & Djumena, E. (2022, Juni 09). *Hingga 2022, 10.643 UMK Dapat Sertifikat Halal LPPOM MUI*. Retrieved from Kompas.com Jernih Melihat Dunia: 19 Oktober 2023 <https://money.kompas.com/read/2022/06/09/12110426/hingga-2022-10643-umk-dapat-sertifikasi-halal-lppom-mui>
- Wahyudi, M. A., & Armadani, N. (2023). Kepuasan Layanan Dalam Perspektif Islam (Studi Empiris pada Usaha Cuci Mobil Tasmin Mojokerto). *JIM : Journal of Islamic Management*, 3(1).
- Wahyudi, Y. H., Kristanti, D., & Nurbambang, R. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri. *RISK: Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(1).
- Wardani, I. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada 200 Cafe And Food Di Kota Malang. *JUBIS : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 89-100.
- Wawancara, Sundus. (2024, Mei 3). Wawancara Gambaran Umum Lumpiabeef.pdg. (A. U. Nida, Pewawancara)
- Wibawa, T. (2020). Pengaruh Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Belanja Online Shopee. (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah Di Balongbendo. *Journal of Chemical Information and Modeling*, Vol. 53.
- Yudiana, I. M., & Indiani, N. L. (2022). Peran Harga, Promosi dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali di Bale Ayu Denpasar. *Wancana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 21(1), 55-63.
- Yunila, Pariama, M., & Nanda, A. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Mbakoy Coffee Unaaha. *Jurnal Promosi: Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 10(2), 103-108.