

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Eva, et al.(2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen* 5.1 : 38-49.
- Ah'sani, A. F., & Purnomo, H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Fitur, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Smartphone Xiaomi) di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(2), 222–237. <https://doi.org/10.21107/jkim.v2i2.16997>
- Apriyani, Y. (2013). Pengaruh Brand Image , Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut di Kota Padang. *Manajemen*, 2(1), 1–10.
- Assauri, Softjan. (2015:211). Marketing Management “Kualitas Produk Adalah Persyaratan Tingkat Kemampuan Dari Suatu Merek Atau Produk Tertentu Dalam Melaksanakan Fungsi Yang Diharapkan”. *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 50–62. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Effendi, A. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada E-commerce Tokopedia (*Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*).
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 2895. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p01>

- Faradisa, N. A. (2019). *The Effect of Brand Communication, Brand Image And Brand Trust Through Online Media on Brand Loyalty in Ecommerce* (Case Study on e-Commerce Users at FE UII).
- Febriansyah, F., & Triputra, G. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(1), 70–88. <https://doi.org/10.30873/jbd.v7i1.2618>
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran produk dan merek (planning & strategy). *Pasuruan: Penerbit Qiara Media*.
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS” Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Goh, S. K., Jiang, N., Faiz, M., Hak, A., & Tee, P. L. (2016). *Determinants of Smartphone Repeat Purchase Intention among Malaysians : A Moderation Role of Social Influence and a Mediating Effect of Consumer Satisfaction*. 6(4), 993–1004.
- Handoyo, T. W., & Mani, L. (2021). Repurchase Decision on iPhone in Indonesia; The Influenced of Social Media between Utilitarian and Hedonic Values in Customer Satisfaction. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Educatio* 4825 *Research Article*, 12(6), 4825–4834.
- Hasanah, W. U., & Murniati, D. E. (2021). The effects of product and service quality on repurchase decisions. *Journal of Physics: Conference Series*, 1833(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1833/1/012065>
- Indrasari (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan *penerbit unitomo press*.
- Irawan, H. (2015). 10 prinsip kepuasan pelanggan. *Jakarta: Elex Media Komputpindo*.
- Keller, K. L & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. New York: Pearson.
- Keller, K. P. (2016). Marketing Management. *Jakarta: Erlangga*.

- Khuswatun, A., & Yuliati. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Minuman Kekinian Zoomboba Tlogomulyo). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 341–349.
- Kotler, P. a. (2016). Marketing Management. *Global Edition Pearson Prentice Hall*.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2018). Prinsip-prinsip Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2014). Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jilid 2. *Jakarta: Erlangga*.
- Kristyani, O. V., & Kristyana, N. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Experience, dan Brand Image terhadap Niat Pembelian Ulang (Survei Pada Konsumen Skincare Scarlett Whitening Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(2), 125. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i2.8166>
- Kustianti, D. D. N. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kartu Seluler Telkomsel. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 83–92. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i1.4709>
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>
- Mas'ud, A. A., Rombe, E., & Nainggolan, E. P. (2018). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Perilaku Pembelian Ulang Konsumen Pada Café Dan Resto Bangi Kopitiam Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 4(1), 71–80. <https://doi.org/10.22487/jimut.v4i1.107>
- Murti, T. K. (2019). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi

- Pendidikan Ekonomi. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 102.
<https://doi.org/10.33603/ejpe.v7i2.1969>
- Murwanti, S., & Surakarta, U. M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor Mediasi (Studi Pada Bengkel Motor Ahass Cabang UMS). 2007, 207–227.
- Nugrahanto, N. F. R., Farida, N., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Yamaha Vixion PT. Mataram Sakti Setiabudi). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 178–185.
- Nurhalim, A. D. (2020). Pengaruh Brand Image Gojek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid-19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang). *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 17–29.
<https://doi.org/10.52859/jbm.v9i1.112>
- Ongkowijoyo, T. E. (2022). *The Effect of Price and Product Quality on Consumer Satisfaction and Repurchase Interest at Cipork Keriuk (Cab . G-Walk)*. 2(1), 11–23.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Pratama, I., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sulaman Khas Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(1), 95. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i1.8529>
- Priansa, D. Doni. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. *Bandung: Alfabeta*.
- Priansa, D.J. (2017). Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial. *Bandung: CV Pustaka Setia*.
- Putri Yuliana, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Customer, Gaya Hidup Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang *Customer Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo Dimasa Pandemi Covid19 (Doctoral*

dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

- 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>
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v0i0.212>
- 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>
- Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti : epidermis , rambut , kuku , bibir dan organ genital bagian luar atau gi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5748–5782.
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang. *JAMSWAP*, 4(4), 17-25.
- Soedargo, B. P. (2023). *The Influence of Brand Image and Advertising Claims on Purchase Decision*. 11(2), 469–476.
- Soliha, E., & Fatmawati, N. (2017). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen sepeda motor matic “Honda.”. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1-20.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumantri, Nabila R dan jannah, L. (2021). INI BELUM DI CATAT!! Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 68–76.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41-53.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality dan satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset. Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ummu, S., & Muhammad, B. (2024). *Dompot digital dana : kepuasan pengguna melalui peran kualitas layanan, persepsi kemudahan dan keamanan*. 1(1), 394–397. Wijaya, Toni. (2018). *Manajemen kualitas jasa*. Jakarta : Indeks.
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 172–186. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.172-186>
- Yacob, A. R. (2020). *Pengaruh E-Service Quality Melalui Aplikasi Kai Access Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Sri Lelawangsa (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara)*.
- Yamit, Zulian. (2017). *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Zulkarnain, M. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 38–44. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.198>