

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *International Journal of ...*, 8(2), 1440–1449. https://www.academia.edu/download/66600386/IJM_12_03_007.pdf
- Aprileny, I., Khulikhhot, A., Dan, U. N., & Emarawati, J. A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Masker Medis Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi kasus pada Masyarakat DKI Jakarta). *Ikraith-Ekonomika*, 6(3), 97-105.
- Arifi, M. W. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pakaian Wanita the Executive Di Surabaya. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*, 1–17. <http://eprints.perbanas.ac.id/id/eprint/2395>
- Aryadhe, P., & Rastini, N. M. (2016). *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Di PT Agung Toyota Denpasar*. 5(9), 5695–5721.
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *Digital Marketing*.
- Astuti, C. W. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Trust terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening*. 01(02), 33–49.
- Avandi, V. (2023). *The Effect of Digital Marketing and Brand Image on Tokopedia Repurchasing Decisions with Customer Satisfaction as Intervening Variables (Case Study on 7th and 8th Semester FEB Students , University of Muhammadiyah Tangerang)*. 2(1), 265–278. <https://doi.org/10.51773/sssh.v2i1.161>
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*. <http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DigitalMarketing.pdf>
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008–2018. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>
- Bagus, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu Merek Adidas pada Supporters Sepak Bola Di Yogyakarta*.
- Billy. (2024). *Pengaruh digital marketing dan variasi produk terhadap minat beli ulang di pt multiplus medilab*.
- Cahyani, D. S., Ariningsih, E. P., & Prasaja, M. G. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Camelia, M., & Hartono, B. (2021). Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bs Coffee & Donuts). *Competence : Journal of Management Studies*, 15(2), 186–203. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i2.12516>
- Daud, I. (2021). *Manajemen Pemasaran Dengan Pendekatan Digital Marketing*.

- Diansyah, ., & Andri, O. N. (2024). *The Influence of Digital Marketing and Sales Promotion on Repurchase Intention with Customer Trust as a Moderating Variable*. *August 1945*, 294–303. <https://doi.org/10.5220/0012580900003821>
- Elvi, F., & Sabela, P. F. N. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (Studi pada Perumda Sirin Maragun Kota Sekadau). *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 3(3), 232–239. <https://doi.org/10.52300/jms.v3i3.8229>
- Ernanto, Y. E., & Febry, T. (2022). Pengaruh Implementasi Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Pada Kafe Kisah Kita Ngopi. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 1(2), 107–128.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumenposkopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684/585>
- Febryaningrum, V., Buana, A. V., Rohman, A. F., Rochmah, A. N., Soraya, A., & Suparta, I. M. (2024). Penggunaan Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Dengan PLS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Intervening Terhadap Hubungan Variabel Independen Dan Variabel Dependen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 258–266. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Ferdinand, A. T. (2002). *Sebuah Pendekatan Terpadu*.
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 1–337.
- Hadiansyah, D., & Sari, R. M. (2024). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Warung Nasi Ayam SPG Bandung Warung. 6(1), 604–613. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3_79
- Hair, J. F., William, J., Barry, C. ., Babin, J., & Anderson, R. . (2006). Multivariate Data Analysis (Sixth Edition). In *Gedrag & Organisatie* (Vol. 19, Issue 3). <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>
- Hakim Muthi, L., & Andyan Pradipta Utama. (2023). The Effect of Price, Brand Image and Promotion on Easy Shopping Customer Repurchase Intention Mediated By Customer Satisfaction. *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(4), 613–626. <https://doi.org/10.31933/dijms.v4i4.1668>
- Hardani et al. (2020). *Hipotesis*.
- Hartutik, R. P., & Puspita, M. (2024). *Evaluasi Faktor-Faktor Minat Beli Generasi Z Terhadap Produk Batik Khas Kediri Dengan Pendekatan Faktor Rating*. 3, 1349–1354.
- Herawati, A. D., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Seafood Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(7), 1434. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3557>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>

- Ikhsan, W. N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Serambi Kopi Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 190–195. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetitif.v1i2.1086>
- Irawan, H. (2003). *Kepuasan Pelanggan*.
- Julindri, M., Rahman, S., Rezfajri, M., & Setyawan, O. (2023). The Effect Of Digital Marketing, Lifestyle and Brand Trust On Buying Interest To Apple Products In Pekanbaru City. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 3(1), 31–44. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>
- Kalsum Fakaubun, U. F. (2019). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas Di Malang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo, Malang). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 221–234. <https://riset.unisma.ac.id/index.php/jimmu/article/view/3743>
- Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2019). *Minat Beli Ulang*.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran : Ekuitas Merek* (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing Global Edition* (17th ed.).
- Kotler, P., & Kaller, K. L. (2019). *Marketing Management*.
- Langgeng, S. H., & Rahmat, H. (2022). Pengaruh kualitas Produk , Harga , dan Digital Marketing Terhadap Produk MS Glow Beauty. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 5(2), 135–145.
- Lestari, N. I., & Iswati, H. (2021). The Effect Of SMEs Product Quality And Social Media On Repurchase Interest With Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *Kurs :Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(1), 24–40. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
- Lucky, O. S., Aisjah, S., & Ningrum, A. P. (2023). The impacts of store price image and brand image on repurchase intention with customer satisfaction as mediation : A study on Transmart Mx Mall Malang. *Research in Business*, 12(1), 22–30.
- Lufiati, L. O., & Suparna, G. (2023). The Influence of Digital Marketing on Repurchase Intentions Mediated by Trust in the Shopee Marketplace in Denpasar City. *International Journal of Social Science and Human Research*, 6(08), 4788–4794. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i8-24>
- Manzoor, U., Baig, S. A., Hashim, M., & Sami, A. (2020). *Impact of Social Media Marketing on Consumer ' s Purchase Intentions : The Mediating role of Customer Trust*. 2, 41–48. <https://doi.org/10.31580/ijer.v3i2.1386>
- Marcella, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). *Pengaruh Electronic Word Of Mounth dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi*. 2(10), 2775–2790.
- Masruroh, S., Dwi Wahyono, Muhaimin, Husnah Katjina, & Loso Judijanto. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2464–2471. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1728>
- Nainggolan, Suwandi, B. (2024). *Pengaruh Wom Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada*

- Toko Deco 100 Kuala Tanjung*. 3(1), 81–93.
- Ngatno, D. D. (2018). *Manajemen Pemasaran*.
- Nurdin, S., & Hardianti, L. (2022). Meningkatkan Minat Beli Melalui Strategi Digital Marketing Dan Ekuitas Merek. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 36–46. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.698>
- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely, Z. (2024). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 6(2), 125. <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i2.78921>
- Okta Mirandi, H. R. (2023). Pengaruh Diskon, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Matahari Department Store Yogyakarta. *Journal of Business and Halal Industry*, 1(2), 1–10.
- Pahlevi, M. K. R., Yuliniar, & Simarmata, P. (2020). Analisis Minat Beli Konsumen Sepatu Reebok. *Prosiding Biema Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 882–894. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/941>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Pokhrel, S. (2024). Dampak Harga dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada Produk Sabun Mandi Batang Merek Lifebuoy Di Kota Bandung. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Poltak, H., Sumarsih, S., Hastutik, S., Sartika, D., Hasan, M., Wardhana, A., Roslan, A. H., Putri, N. L. I., Lingiani, L., Djampangau, H. R., Mulyana, S., & Gunaisah, E. (2021). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital). In *Cv. Media Sains Indonesia* (Issue September 2021). <http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1626/>
- Pradana, M. (2015). Pemasaran Digital: Adopsi Media Sosial Pada Ukm. In *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia* (Vol. 27, Issue 1).
- Praja, A. D., & Haryono, T. (2022). *The Effect Of Brand Image And Product Quality On Repurchase Intention Mediated By Consumer Satisfaction Study At Uniqlo In Solo*. 9(2), 356–363.
- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62–79. <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i2.14>
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Citra Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Putri, A. A. (2024). *Analisi Pengaruh Komponen 4 A (Attraction, Accessibillity, Amenity, Ancillary) dan Sosial Media Marketing terhadap Minat Berkunjung Ulang pada Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengunjung Lawang Sewu)*.
- Rahman, Ika Wahyuni, Yudha Praja, E. A. (2025). *Pengaruh Word Of Mouth, Keberagaman Produk dan Lokasi Dalam Membentuk Minat Beli Ulang pada Toko Andin Cemilan Situbono dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. 3(10), 2025–2039.

- 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>
- Rapitasari Universitas, D. (2016). Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cakrawala*, 10(2), 107–112. <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36>
- Riska Ayu Pramesthi. (2020). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Price Discount Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Dapur Munawaroh Di Situbondo*. 18(2), 179–192.
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Rizki, P. A., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Indomie Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1543–1553. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.1023>
- Robiah, S., & Adinugraha, H. H. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Harga, dan Kreativitas Dekorasi Terhadap Minat Sewa Jasa MUA. *Journal Economics and Strategy*, 3(1), 54–69. <https://doi.org/10.36490/jes.v2i2.286>
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Proceeding Sendiu, 2016*, 701–707.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Sanjaya, Ridwan & Tarigan, J. (2020). *E-Book Digital Marketing Content* (RIYAN ABDU).
- Sekaran. (2006). *Kerangka Berpikir*.
- Setiawan, D. (2024). Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi dengan Pendekatan HOT-FIT Model. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 1–11. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp77-87>
- Sitorus, S. A., & Al., E. (2020). Brand Marketing: the Art of Branding. In *Cv. Media Sains Indonesia* (Issue January).
- Sofiaty, N. A., et al. (2022). *The Effect Of Digital Marketing Implementation On Image Of Banking With Customer Satisfaction As A Variable Intervening (A Survey At Pt. Bank Mandiri (Persero), Tbk)*.
- Sudarsono, H. (2019). *Manajemen Pemasaran*. <https://books.google.co.id/books?id=Z-fWDwAAQBAJ&lpg=PR5&ots=4PR2fd3bi1&dq=manajemen pemasaran&lr&hl=id&pg=PR5#v=onepage&q=manajemen pemasaran&f=false>
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi*

- Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 04(1), 41–53.
- Susanti, W. dan. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Hijau Merek the Body Shop. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 253514.
- Susilo, D. (2021). *Marketing In A Week*.
- Tajudinnur, M., Fazriansyah, F., Ferdian, R., Iskandar, I., & Ilham, I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Sebatik*, 26(2), 673–687. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i2.2112>
- Tjiptono, F. (2015a). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. C.V Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015b). *Strategi Pemasaran*.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, dan Strategi*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*.
- Tri Utama, A. M. (2022). *Kualitas Produk dan Penataan Barang Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Minimarket*. 9, 356–363.
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2020). Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and e-satisfaction. *Marketing Intelligence and Planning*, 38(4), 401–415. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0072>
- Wardhana, A. (2024). Brand Management In The Digital Era. In P. . Mahir Pradana (Ed.), *New Scientist* (Vol. 165, Issue 2229). <https://doi.org/10.5040/9781501365287.280>
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). Minat Beli Konsumen. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Wicaksana, I. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Usia Muda. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 18(01), 1. <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jmkDOI:http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v17i2.507>
- Wijayanti, T. W., Alfiani, A., Ayunda, P., Istiqomah, D., & Widodasih, R. . W. K. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sepatu Nike Di Tengah Kontroversi Israel: (Studi Pada Konsumen Di Kota Bekasi). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 606–618. <http://www.journal.lembagakita.org/index.php/jemsi/article/view/2191>
- Yana, R. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen Produk Busana Muslim Dian Pelangi Di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 21(1), 85795.
- Zuhdi, R., & Kesuma, M. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Usaha Food and Beverage Dongdongg.Id Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Terakreditasi Sinta*, 4(3), 554–570. <http://jim.unsyiah.ac.id>