

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. C., & Suyono, J. (2019). the Effect of Product Quality, Service Quality, Reference Groups for Repurchase Intention in a Kopi Gaptek Surabaya. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(2), 282–288. <https://doi.org/10.29138/prd.v1i2.153>
- Alfahreza, C. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Aqua (Studi Pada Mahasiswa FE Universitas Semarang). *USM Science*.
- Amalia, R. (2023). Influence of Celebrity Endorsers and Brands Image of Repurchase Intention is mediated by Product Quality of Scarlett Indonesia. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 2(3), 1048–1058. <https://doi.org/10.58526/jsret.v2i3.195>
- Anggraini, R., Wulandari, C. D., Sriyanto, & Dewita, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, DirectMarketing Dan Strategi DiferensiasiterhadapKeputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Motors. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 4, 1–13.
- Anna Williams, T. C. (2022). The Influence of Product Quality and Brand Image on Repurchase Intention. *Journal of Product and Brand Management*.
- Berastagi, D. I. K. (2023). *Pengaruh Direct Marketing, Product Quality dan Customer Satisfaction Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing TikTok (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Skripsi Oleh: Nancy Feronika Manullang Fakultas Ekonomi Dan Bismis Pengaruh Dr)*
- Chandra, T. &. (2018). *Pengaruh Katalog Produk Oriflame Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Oriflame. 1*. <http://repository.unsada.ac.id/id/eprint/466>
- Diputra, I. G. A. W., & Yasa, N. N. (2021). the Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(01), 25–34.
- Faridhotul, L. (2018). Pengaruh Brand Image, Price, Trust, Dan Value Terhadap Purchase Intention Konsumen Tokopedia Di Kabupaten Tulungagung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5318/4677%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.tws.2012.02.007>
- Ginting, A. K., & Harahap, K. (2022). Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan). *Journal of Social Research*, 1(8), 851–863. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i8.175>

- Girsang, N. M., Riski, W. N., & Karyadi, F. X. Y. (2024). *Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Oleh-Oleh Khas Sumatra Barat (Survey Pada Masyarakat Kota Padang Panjang)*. 4 (May), 30-38
- Harita, H. T. S., Marpaung, N., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Tiktok. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 171–184. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i2.309>
- Husna, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia (Studi Kasus pada Generasi Z di Kota Purwokerto). *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- John Doe, J. S. (2020). The Impact of Direct Marketing on Customer Loyalty and Retention. *Journal of Marketing Management*.
- 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>
- Lestari, S. A., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Minuman Teh Botol Sosro Di Depok. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 2529–2536. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.8173>
- Lien, C. H., Wen, M. J., Huang, L. C., & Wu, K. L. (2015). Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions. *Asia Pacific Management Review*, 20(4), 210–218. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.v.2015.03.005>
- Mahali, J. Al. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 247–256. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1780>
- Mark Johnson, E. D. (2019). Product Quality and Brand Image as Determinants of Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Business and Management*.
- Maulana, A. Z., & Sukresna, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi: Pada Pelanggan Produk Roti Que Bread Di Kota Bogor). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Nady Rizky Ardiansyah, Budhi Wahyu Fitriadi, & Rita Tri Yusnita. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 131–141. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v2i3.2012>
- Natasya, S. (2020). *Peran brand image memediasi pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang (repurchase intention) di kfc setiabudi-srondol kota semarang*. 41.
- Nazarani, M. R., & Suparna, G. (2021). The Effect Of Luxury Brand, Brand Image, and Product Quality On Purchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5, 290–295. www.ajhssr.com
- Prasetya, W., & Yulius, C. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang: Studi Pada Produk Eatlah. *Jurnal Teknologi*, 11(2), 92–100. <https://ejournal.akprind.ac.id/index.php/jurtek/article/view/1399>
- Prasetyo, A., & Suryamugraha, A. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Kesadaran Merek (Brand Awareness) Terhadap Minat Beli Ulang Di Kl Coffee Bandar *Prosiding Seminar Nasional ... , Faradisa 2016*, 22–34. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/3836%0Ahttps://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/download/3836/1668>
- Rizki, E. F., Juliati, R., & Praharjo, A. (2021). The Effect of Product Quality and Service Quality on Repurchasing Intention. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan)*, 1(4), 247–254. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v1i4.19407>
- Rusli, M. R. A., Sugiyanto, F., & Rahayu, M. (2023). Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Shopee (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kampus Darmajaya Bandar Lampung). *Jurnal Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 000, 268–279.
- Sari, E. . (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Bayi (Studi Kasus Toko Istana Bayi Jalan Arifin Achmad No 88 ABC Pekanbaru, Riau). 2020, 5(3), 248–253. <https://repository.uir.ac.id/10141/1/165210045.pdf>
- Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475–481. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28771>
- Silvanti, M. W. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dalam Live Shopping Tiktok Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk @Jiniso.Id. *Skripsi Ilmu*

- Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, 2020(15018), 1–23.*
- Siregar, P. (2021). *Pengaruh brand image , kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di tokopedia.* 0–52.
- Siti Ainul Hidayah, R. A. E. . A. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image,Harga,Kualitas Produk,Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan. *Journal of Economic,Business and Engineering, 1(1), 26.*
- Sitompul, M. R. (2020). Pengaruh Personil Selling, Direct Marketing, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspor-Import PT Kargo Transolusi. *STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.*
- Soepramono, Y. B. (2019). Analisis Pengaruh Produk, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Supermarket Gaya Tlogosari Kota Semarang. *Skripsi, 1–80.*
- Sugiyanto, & Maryanto, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Esa Unggul Pengguna Iphone. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan dan Politik, 4(2), 10–23.* <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.453>
- Syaefurohim, A. (2022). Pengaruh Voucher Diskon, Pengalaman Konsumen, Dan Presepsi Nilai Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Layanan GoFood Saat Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru). In *Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas (Vol. 19).*
- 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, 1–8.* <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Wibowo, Y. S. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tokopedia. *Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis.*
- Zainuddin, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli Motor Matik. *Sosio e-kons, 10(3), 220.* <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i3.2902>