

DAFTAR RUJUKAN

- Ardiansyah, Z. H. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Hijab Raqumi (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dipa, Yoga. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek Restoran Koki Joni Pasta and Turkey. (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran Koki Joni Pasta and Turkey Yogyakarta)/ Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Danang, S. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1).
- Ferdinand, Augusty Tae. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali (2006) Aplikasi Analisis Multiariate dengan Program SPSS, Undip, Semarang.(2016;138) *Aplikasi Analisis Multiariate dengan Program SPSS 23 edisi 9*, Undip Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. R., & Yudhi Koesworodjati, S. E. (2022). Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen *My Republic Bandung*) (*Doctoral dissertation*, Universitas Pasundan Bandung).
- Ike, Kusdyah. 2012. Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan. (Studi kasus ERHA clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen*. Vol 7 (1): 25-32.
- Juliana, J., Beanardo, M. F., Hering, J. N., Jennifer, I., & Ricky, R. (2021). Integration expectation confirmation theory and AISAS model in coffee shop repurchase intention. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 255-267. <https://doi.org/10.33096/jmb.v8i2.788>.

- Ketut, Y. I. (2018). *The role of brand image mediating the effect of product quality on repurchase intention. Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 83(11), 172-180.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran 1*. Milenium ed. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Keim Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid Satu. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition, Person Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Mandili, I., Zarkasih, A., Munthe, R. S., & Wahyuni, E. (2022). Effect of Product Quality, Customer Satisfaction, Trust, and Brand Image on Repurchase Intention. Case Study: Halal Cosmetic Products. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(2), 10802-10809.
- 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.
- Malik, A. H. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Toyota Avanza di Kota Surabaya (*Doctoral dissertation*, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).
- Nurcholis, L., & Ferdianto, R. (2021). How to expand repurchase intention? the intervening impact of attitude towards mobile shopping. *Binus Business Review*, 12(1), 11-19. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i1.6454>.
- Novitasari, F. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Teh Pucuk Harum di desa Kebonagung Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.
- Peter, & Olson. (2010). *Customer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.

- Pratama, A. S., & Sri Padmantlyo, M. B. A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Kembali Produk Iphone Di Surakarta (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136-147
- Ramadhania, F., & Suryana, H. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Digital Marketing Terhadap Minat Beli (Survei Pada Konsumen Toko Dyfa Kosmetik Bandung) (*Doctoral dissertation*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).
- Rohman, I. Z. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang. *Manajemen Dewantara*, 6(1), 53-60.
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang Smartphone. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(Special Issue 3), 1651-1667.
- Rohmat, Bangkit. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Provider (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Indosat Ooredoo di Kota Magelang). Universitas Muhammadiyah Malang.
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 32-38.
- Surya Darni, M. (2021). pdf Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Handphone Merek Oppo di Kota Lhoksukon Kabupaten Aceh. *Jurnal Ilmu Adminsitrasi Bisnis (JIAB)*, 4(4), 51-58.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *EJurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748–5782. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND. Bandung: CV Alfabeta.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, EA. 2019. Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Toko Shasya Cake di Kecamatan Banjarsari. Universitas Siliwangi.
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol 3 (1): 110.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy, 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuningsih, D., Pratidhina, P. H., Kurniawan, E., & Darma, D. C. (2022). Studi tentang Dorongan Minat Beli Ulang oleh Pengunjung Kampung Tulip (Bandung). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1238-1251.
- Wahyuningsih, D. (2021). Factors that influence interest repurchase tourist visitors. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 297-310. <https://doi.org/10.36555/almana.v5i2.1683>

