

## DAFTAR RUJUKAN

- Alexi, Mardio. 2017. "Pengaruh Brand Image dan Product Design Terhadap Purchase Decision dan Repurchase Intention Pada Produk Sepatu Futsal Merek Specs di Kota Pekanbaru". *JOM Fekon*. Vol. 4, No. 1.
- Anam, Miftahul. 2021. "Pengaruh *Brand Image*, *Product Design* dan *Celebrity Endorser* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Pada Pengguna Sepatu Sepak Bola Merek Specs)". *Jurnal Ilmiah Putra Bangsa*. Vol. 3, No. 1.
- Ardianto, Diant. 2020. Pengaruh Brand Comunication, Brand Image Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Nutrisari di Surabaya. *Tesis* (tidak diterbitkan). Surabaya: University of Surabaya.
- Arif, M. E. 2019. "The Influence of Electronic Word of Mouth (Ewom), Brand Image, and Price on Re-Purchase Intention of Airline Customers". *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol. 17, No. 2.
- Aulia, Alycia Nur. 2018. *Pengaruh Persepsi Nilai, Trust, dan Citra Merek Terhadap Repurchase Intention Jasa Ekspedisi Pelaku Bisnis Online*. Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Chen-Yu, Jessie, dkk. 2016. "Brand Perception and Brand Repurchase Intent in Online Apparel Shopping: An Examination of Brand Experience, Image Congruence, Brand Affect, and Brand Trust". *Journal of Global Fashion Marketing*. Vol. 7, No. 1.
- Dellasari, Devy dkk. 2020. "Pengaruh Customer Experience dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Pada Brand Fashion Erigo". *E-Proceeding of Management*. Vol. 7, No. 2.
- Depkes RI, D. K. R. I. 2008. Panduan Manajemen PHBS Menuju Kabupaten/Kota Sehat. Jakarta: Depkes RI.
- Desara, T., dkk. 2021. "Enhancing Repurchase Intention in Retail: The Role of Customer Satisfaction, Service Quality, and Product Assortment". *Enrichment Journal of Management*. Vol. 12, No. 1.
- Dwitama, Reza Satrya. 2021. "Pengaruh Brand Image, E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, dan E-Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Pada Konsumen Rentan

Usia Produktif Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Jawa Timur)”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol. 9, No. 2.

Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: Deepublish Publisher.

Garaika, Darmanah, 2019. *Metodologi Penelitian*. Lampung: CV. Hira Tech.

Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Godey, Bruno., dkk. 2012. “Brand and Country of Origin Effect on Consumers’ Decision to Purchase Luxury Products”. *Journal of Business Research*. Vol. 65, No. 2.

Gunawan, Putera I Wayan Adi dan Ni Wayan Ekawati. 2022. “Role of Brand Image and Brand Trust in Mediating E-WOM on Repurchase Intention of Chatime Drink in Denpasar”. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Science*. Vol. 127, No. 7.

Hajli, N., dkk. 2017. “A Social Commerce Investigation of The Role of Trust in A Social Networking Site on Purchase Intentions”. *Journal of Business Research*. Vol. 7, No. 1.

Haryantana, I Putu Gede Handre dan Ni Wayan Ekawati. 2017. “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Scoopy di Kota Denpasar”. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4, No. 9.

Hsiao-Ya Su. 2021. The Effect of Brand Image on Purchase Intention: A Studi of Luxury Product. *International Journal of Organizational Innovation*. Vol. 14. No. 2.

Japarianto, Wdwin, dkk. 2020. “Analisa Pengaruh Perceived Quality dalam Pembentukan Repurchase Intention Melalui Brand Trust Pada Aplikasi Shopee”. *Jurnal Strategi Pemasaran*. Vol. 7, No. 1.

Juwairiyah, Syaima. 2019. “Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Perceived Price* terhadap *Repurchase Intention* Pada Tiket Maskapai Penerbangan

Lion Air (Studi Pada Mahasiswa/I S1 Universitas Brawijaya Malang)”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol. 7, No. 2.

Karnawati, Tin Agustina, dkk. 2013. “Variabel Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Telepon Seluler (Ponsel) Nokia”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (BISMA)*. Vol. 5.

Keller, Kevin L. 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity 3th Edition*. Prentice Hall: New Jersey.

Kemenkes R. I. 2020. *Surat Edaran Nomor: HK.02.02/IV.2243/2020 Tentang Pemanfaatan Obat Tradisional Untuk Pemeliharaan Kesehatan, Pencegahan Penyakit, dan Perawatan Kesehatan*. Jakarta: Kemenkes RI.

Kotler, Philip. 2017. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Erlangga: Jakarta.

Kurniati, Yasintha. 2016. *Pengaruh Self-Congruity dan Functional-Congruity Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi*. Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret.

Laksono, Andrian Wahyu, dkk. 2020. “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu di Kota Malang”. *Journal of Management Research*. Vol. 1, No. 1.

Lianto, Adeline Felicia. 2018. “Pengaruh Trust, Perceived Value, Brand Image, dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Batik Air di Jakarta dan Tangerang”. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 2, No. 4.

Lin, Miao-Que, and Lee, Bruce C.Y. 2012. “The Influence of Website Environment on Brand Loyalty: Brand Trust and Brand Affect as Mediators”. *International Journal of Electronic Business Management*. Vol. 10, No. 4.

Murdopo. 2014. *Obat Herbal Tradisional*. Jakarta: Warta Ekspor.

Nabila, Antika. 2022. *Dampak Brand Image 3 Top Marketplace terhadap Repurchase Intention dan Keterlibatan Celebrity Endorser (Studi Kasus pada Pengguna E-Commerce di Kota Bogor)*. Skripsi (tidak diterbitkan). Bogor: Universitas Pakuan.

- Ngabiso, Febriyanto, dkk. 2021. "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen AMDK Merek Aqua di Kota Gorontalo)". *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 4, No. 1.
- Nia, Itsna Ainin dan Mudiantono. 2016. "Analisis Pengaruh Kepuasan dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Ulang Pantene (Studi Pada 'Young Female' Semarang)". *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 5, No. 3.
- Prastiwi, Septi Kurnia. 2016. "Menguji Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada Produk Mie Instan Indomie di Yogyakarta". *Jurnal EKA CIDA*. Vol. 1, No. 1.
- Putra, Made Caesar Surya Dwi Putra dan Ni Wayan Ekawati. 2017. "Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa". *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 6, No. 3.
- Rahmanda, Fakhri dan Naili Farida. 2021. "Pengaruh Brand Image dan Customer Experience Terhadap *Repurchase Intention* dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Paragon Mall dan Java Supermall Semarang". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 10, No. 1.
- Seock, Y.K. 2003. *Analysis of clothing website for young customer retention based on a model of customer relationship management via the internet. Unpublished dissertation*, Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Shelly. 2022. *Pengaruh Brand Image, Brand Quality, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Merek Philips*. Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Refika Aditama.
- Simanjuntak, M., dkk. 2020. "A General Structural Equation Model of The Emotions and *Repurchase Intention* in Modern Retail". *Management Science Letters*. Vol. 10, No. 4.
- Soedionon, Wibisono, dkk. 2020. "Pengaruh Brand Experience, Brand Image-Congruence, Brand Affect, dan Brand Trust Terhadap *Repurchase Intention* Pada Produk Fashion Berrybenka Secara Online di Jakarta". *Media Bisnis*. Vol. 12, No. 1.



- Soemanagara, Rd., 2006. *Strategic Marketing Communication; Konsep Strategik Terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryanto, Hanim, A., dan Utari, W. 2020. "Behaviour on Repurchase Intention in a Moslem Ethnic Store in Indonesia". *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- Sudrajad. 2014. *Analisis Pengaruh Citra Merek, harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang*. Tesis (tidak diterbitkan). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Udayana, Ida Bagus Nyoman, dkk. 2022. "Website Quality, Brand Image, and Brans Trust on Repurchase Intention Through Customer Satisfaction as Intervening Variables". *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*. Vol. 6, No. 2.
- Wardhani, Mahartiwi Kusuma, dkk. 2021. "Keputusan Pembelian Ulang Ditinjau Dari Citra Merek, Media Iklan, dan Brand Trust Pada Produk Imboost di Surakarta". *Jurnal Ilmiah Edunomika*. Vol. 5, No. 1.
- Wijaya, Awalludin Fajar Brata, dkk. 2020. The Effect of Service Quality, Perceived Value and Mediating Effect of Brand Image on Brand Trust. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 22, No. 1.
- Wijaya, Bambang Sukma. 2013. "Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication". *European Journal Business and Management*. Vol. 5, No. 31.
- Wijaya, H. R., & Astuti, S. R. T. 2018. "The Effect of Trust and Brand Image to Repurchase Intention in Online Shopping". *International Conference on Economics, Business and Economic Education*.