

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus Nyoman Kusuma Putra, Tiksnayana Vipraprastha. 2022. *Personal Branding, Social Media Marketing, Dan Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Buying Decision Pada Konsumen E-Commerce Shopee*. MODUS Vol. 34, Nomor 75-84.
- Devan Ramadhan. 2021. *Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Mitra Bukalapak (Studi Pada Konsumen Mitra Bukalapak Di Kota Malang)*. Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Didit Hendrawan, N. Rachma, Siti Asiyah. 2020. *Pengaruh Kualitas Website, Trust dan Harga Terhadap Kepuasan Pada Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unisma)*. E – Jurnal Riset Manajemen. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang
- Nur Iman. 2021. *Pengaruh Experience Marketing, Trust Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keinginan Beli Ulang Konsumen Pada Marketplace Shopee*. Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Ratna Suryani, Firkhan Nur Ramdhani. 2022. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Toko Terhadap Niat Beli Ulang Di Online Marketplace Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. MEDIKONIS, Vol. 13, No. 1, Januari 2022, Halaman 62.
- Riswanda, Enni Sustiyatik, Marwita Andarini. 2019. *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Kota Kediri (Studi Kasus Pada Garden Cell Kediri)*. JIMEK – Volume 2, Nomor 2, Desember 2019

- Safira Febrilla. 2022. *Pengaruh Trust Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Shopee Palu. Pengaruh Trust Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Shopee Palu*. Jamut – Vol.8, No.1, Januari 2022, Hal 056-062.
- Siti Ainul Hidayah, R.A.E.P Apriliani. 2019. *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan)*. Journal Of Economic, Business And Engineering Vol. 1, Nomor 1, Oktober 2019.
- Taat Kuspriyono , Ela Nurelasari. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Bonding dan Purchase to Intention*. Cakrawala-Jurnal Humaniora, Vol 18 No. 2 September 2018.
- Thomas Kevin Putra Bawono, Tong Hartono Subagi. 2020. *Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya*. Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra