

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *International Journal of ...*, 8(2), 1440–1449.
- Aningtyas, E. S., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Zoya di Outlet Kediri. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1592. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2588>
- Anum, F., & Badau, M. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Emina di Shopee. 4, 1707–1715.
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. 1(5), 1–10.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.31599/jmu.v2i2.759>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi* (5th ed.). Jakarta : Rajawali Perss.
- Devi, P. E., & Purwanto, S. (2022). *Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Facial Wash Garnier Di Surabaya*. 5(3), 764–772.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Faradisa, I., H, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian. *Journal of Management*, 2(2), 1–13.
- 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), 177–186. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4228>
- Febriana, D. A., & Purwanto, S. (2023). *Pengaruh Kepercayaan Dan Daya Tarik Beauty*. 6(1), 151–160.
- Febrilla, S., & Ponirin. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Penjualan*. 8(1), 1–7.
- Gozhali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hamdani, M. (2018). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Keuangan Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Terbuka. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 139–145.
- Harman Malau. (2017). *Manajemen pemasaran : Teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global*. Alfabeta Bandung.
- Hartono, J., & Abdillah, W. (2015). *Partial least square (PLS) : Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis* (D. Prabantini (ed.); 1st ed.). Andi.
- Henro Suryano Rompas. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Produk Sepeda Motor Kawasaki Di Kota Manado. *Articels*, 1(4), 571–580.
- Intan, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Di Kota Mojokerto.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing, 16th Edition*. Boston: Pearson Education
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles Of Marketing, 17th Edition*. Harlow: Pearson Education
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles Of Marketing, 18th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education
- Lam, A. Y. C., Lau, M. M., & Cheung, R. (2016). Modelling the Relationship among Green Perceived Value, Green Trust, Satisfaction, and Repurchase Intention of Green Products. *Contemporary Management Research*, 12(1), 47–60.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. 1–10.
- Lisapaly, D. C. E. (2021). *Relationship Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bank* (1st ed.). Media Sains Indonesia.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (9th ed.). Salemba 4 Jakarta.

- Prabowo, S. A. (2018). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean. *I(7)*, 1–12.
- Priansa, D. J. (2018). Perencanaan dan pengembangan SDM. Bandung: Alfabeta.
- Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2014). *Marketing 2014 Edition* (17th ed.). USA: South-Western, Cengage Learning.
- Rahim, A., Safin, S. Z., Kheng, L. K., Abas, N., & Ali, S. M. (2016). Factors Influencing Purchasing Intention of Smartphone among University Students. *Procedia Economics and Finance*, *37(16)*, 245–253. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30121-6](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30121-6)
- Ridwan, M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). How Trust And Quality Of Information Affect Buying Interest And Purchasing Decisions? (study on Shopee customers in Samarinda). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, *4(01)*, 95–102. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i01.910>
- Santi, E. R., & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D’licious. *2(1)*, 1–10.
- Saripudin, S., & Faihaputri, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Di E-Commerce Jd.Id). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, *5(02)*, 1200–1210. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2765>
- Sedjati, R. S. (2018). Manajemen pemasaran (1st ed.). Yogyakarta : Deepublish
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, *1(1)*, 92–102.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Nyoman, N. Y. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (2nd ed.). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi. Bandung : Alfabeta.
- Suprpto, R., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Ponorogo : Myria Publisher
- Toufani, S., Stanton, J. P., & Chikweche, T. (2017). Marketing Intelligence & Planning Article information : The importance of aesthetics on customers ’ intentions to purchase smartphones. *Marketing Intelligence & Planning*, *35(3)*, 316–338.