

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan Jogiyanto, H. M. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif. Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Aini, I. N. K., Marlien, R. A., & Riva'i, A. R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen KFC di Kota Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 263-276. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2107>
- Avandi, V. (2023). *The Effect of Digital Marketing and Brand Image on Tokopedia Repurchasing Decisions with Customer Satisfaction as Intervening Variables (Case Study on 7th and 8th Semester FEB Students, University of Muhammadiyah Tangerang)* (Social Sci).
- Azahari et al. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis*, 1(4), 553-564.
- Clarita, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci. *AKSIOMA : Jurnal Manajemen*, 2(1), 37–53.
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022b). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 68–76.
- Erlangga. Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & Melly A.D, Y. S. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657.
- Fauziah, Almas Nisaul (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Lotion di Vilshop Kota Madiun. Skripsi. UPN “Veteran” Jawa Timur.
- Ferdinand, M. (2022). Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap minat beli ulang produk marina body lotion di Surakarta. *Journal of Management*, 5 (2).
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek : Planning dan Strategy*.
- Qiara Media. Hanisa, Fiveteen Edition. English: Pearson Education Inc.

- Ghozali, Imam. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hellier, PK , Geursen, GM , Carr, RA dan Rickard, JA (2003), “Niat pembelian kembali pelanggan: Model persamaan struktural umum”, *Jurnal Pemasaran Eropa*
- Insanniat, U., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Lotion Mariana di Surabaya. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 416–425. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.946>
- Jayanti, lia dwi, Brier, J., & MPOC. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Antis. *MalaysianPalm Oil Council (MPOC)*, 21(1), 1– 9.
- Kotler dan Amstrong. (2006). *Principles of Marketing Eleventh Edition*. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler dan Amstrong. (2006). *Principles of Marketing Eleventh Edition*. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta :
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi (Ed.13)*. Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin, L. Keller. (2016). *Marketing Management*.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (3rd ed.).Salemba Empat.
- Maghfiroh, Laili (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Layanan Aplikasi Musik Spotify Premium. Skripsi. UPN “Veteran” Jawa Timur.
- Masitoh, N., & Waskito, J. (2024). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, BRAND IMAGE, DAN PRICE TERHADAP RE-PURCHASE INTENTION PELANGGAN BLOOMERY PATISSERIE CABANG KEPRABON (Studi Kasus Pada Konsumen Bloomery Patisserie). *Jurnal*

Manajemen, 14(1), 194-210. <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/manajemen>

- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62-79. <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i2.14>
- Prastyaningsih, Suyadi., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Survei pada Konsumen KFC di Lingkungan Warga RW 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16 (1).
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Pustaka Setia.
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(Special Issue 3), 1651-1667.
- Rivai dan Zulfitri. (2021), “Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Persepsi Risiko terhadap Niat Pembelian Produk di toko Indomaret di Surabaya”. Jurusan Manajemen.
- Saptutyningasih dan setyaningrum. (2020). Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis. Metoda Penelitian.
- Saputra, A.A., Amboningtyas, D., & Hasiholan. L. Budi. (2020). The Influence of Brand, Atmosphere Store, and Word of Mouth on Repurchase Intention (Case Study at Sambal Special Stalls). *Journal of Management*, 6 (2). <https://journal.feb.unpad.ac.id/index.php/jbm>
- Setiana, Ria., & Marlien, R.A. (2021). Niat Beli Ulang: E-Wom, Celebrity Endorser, dan Citra Merek. *Procceding Sendiu*.
- Setiana, Ria., & Marlien, R.A. (2021). Niat Beli Ulang: E-Wom, Celebrity Endorser, dan Citra Merek. *Procceding Sendiu*.
- Setiowati, N., & Farida, I. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Vaseline di Kota Semarang. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 439-452. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i1.1052>
- Sian dan Brandine (2022). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotels Kuta-Bali. Skripsi. Universitas Indonesia.
- Stanton, William J. (2013). *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi ke tujuh, Jakarta:

Erlangga jilid ke-1

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. alfabeta

Sugiyono. (2018). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Website topbrand-award pada laman "*Hand and Body Lotion*