

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T. S., Fitrah, Y., & Rafli, M. (2023). Pengaruh, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Neraaca Manajemen, Ekobnomi*, 3(1), 1–14. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/1655>
- Amelia, A., Ronald, R., & Sucipto, H. (2022). Marketing Strategy Bagi Sociopreneurship: Extended Brand Melalui Penggunaan E-commerce Dalam Meningkatkan Brand Preference. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 7(2), 314–337. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i2.17819>
- Anggi, S., Sari, P., Febriyanti, W., Ekonomi, F., Bisnis, D., Surakarta, U. M., & Sukoharjo, D. K. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Website Quality, Promotion Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intentions Pada E-Commerce Shoppe di Solo Raya. *Seminar Teknologi, Akuntansi, Bisnis, Ekonomi Dan Komunitas*, 73–86.
- Ardiyanti, Y., Apriliani, R. A. E. P., & Efendi, B. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(2), 100-108.
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*. Charvia, K., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Experience terhadap Brand Trust. *Prologia*, 4(2), 237–244.
- Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Donat Madu Lapai. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 593–604.
- Firdaus, L. I., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Produk Skintific:(Studi Pada Followers Tiktok@ skintific_id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1), 86-94.
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1549-1562.
- Florendiana, T. R., Andriani, D., & Hariasih, M. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction Digital Marketing dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1), 124-140.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hadinata, Y. (2020). The effect of perceived quality and brand image on brand trust and brand loyalty Yamaha Mio in Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 18(1).
- Hamidah, N. I., & Prabowo, B. (2023). The Influence Of Brand Image, Perceived Quality, And Consumer Attitudes On Uniqlo Brand Equity (Study On UPN Veteran Students, East Java) Merek Uniqlo (Studi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3762–3772. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Hasniati, H., Indriasar, D. P., & Sirajuddin, A. (2021). Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention Produk Online dengan Customer Satisfaction sebagai Variable Intervening. *Management and Accounting Research Statistics*, 1(2), 11-23.
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(02), 1351–1363.
- Ikhsan, R. F., Devi, A., & Kosim, A. M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rumah Makan Pecak Hj. Sadiyah Cilodong Depok. In *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* (Vol. 3, Issue 1). <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.329>
- Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258–1266. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.919>
- Isfahami, M. M., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Pengaruh Brand Trust dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 177–186. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2571>
- Junita, J., Nasution, A. P., & Simanjorang, E. F. S. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan Dan Brand Preference Terhadap Tingkat Penjualan Pada Toko Bintang Terang Motor Rantaupraptat. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 1–8. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1431>
- Khoirot, N. D. (2024). *Pengaruh brand awareness, brand preference, dan brand trust terhadap repurchase intention: Studi pada konsumen brand Fashion Ghealsy Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

- Kristin, N. I. (2024). Pengaruh E-Trust, E-Satisfaction dan Perceived Value terhadap Repurchase Intention pada Konsumen E-Commerce B2C Coffee Shop. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 935–949. <https://doi.org/10.37481/jmneb.v4i3.848>
- Laraswati, C., & Harti, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 185–196. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.564>
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mauludin, M. S. (2022). Analisis perilaku konsumen dalam transaksi di e-commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123.
- Mursalim, M., Sulastri, S., & ... (2021). Sistem Pengendalian Internal dan Good Corporate Governance Terhadap Kualitas Laporan Keuangan PT. Hadji Kalla Toyota. ... : *Journal of Management*, 4(2), 128–137. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.xxx>
- Natsir, N., & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Di Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen "E M O R,"* 4(1), 1. <https://doi.org/10.32529/jim.v4i1.506>
- Niswatussolihah, S., Karina Fawzeeza Sembiring, B., Marhayanie, & Hiyanti, S. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Perceived Quality Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Parfum Local Brand Hmns Pada Pengguna Instagram Dan Twitter. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 2(4), 244–261. <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jekombis/article/view/2596>
<https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jekombis/article/download/2596/2480>
- Nugroho, D. W. P. S. ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM

MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada Pudanis di Kaliwungu) Ida Hidayah¹ Teguh Ariefiantoro².

- Nusantara, U. I. (2024). *Model Repurchase Intention Luxcrime Melalui E-Commerce : Brand Image , Brand Preference , Halal Awareness*. 18(1), 47–61.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Pramezwary, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24–31. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9376>
- Prayoga, Y., & Pohan, M. Y. A. (2022). Electronic Word of Mouth (eWOM): Menguji Pengaruh Pengalaman Positif, Persepsi Kualitas dan Kepercayaan. Studi Kasus: Restoran di Labuhanbatu. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(1), 283. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i1.393>
- Putri, F., Pujianto, A., & Mulyati, D. J. (2024). Analisis Pengaruh Preferensi Merek, Persepsi Kualitas, Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Untuk Penjualan Jiwa Toast Citraland Surabaya Melalui media E-Commerce). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 9(2), 35–40. <https://doi.org/10.30996/jdab.v9i2.10538>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam pasar global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223.
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & ... (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi ...*, 3(5), 469–478. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/988%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/article/download/988/622>
- Riani, O., Wijayanto, G., & Riau, U. (2023). The Influence Of Brand Image And Celebrity Endorser On Brand Loyalty And Repurchase Intention Of Maybeline Product Consumers In Pekanbaru City Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Loyalty Dan Repurchase Intention Pada Konsumen Produk. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 104–116. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rivaldo, Y., Wibowo, E. A., Hasibuan, R., Anggraini, D., & Arnesih. (2021). Analisis Dampak Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek

- Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan. *Urnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (JMOB)*, 1(2), 149–157.
- Safitri, putri najwa, Wati, H., Hasibuan, laras fitri aini, Sihotang, irene checilia, & Saputra, H. (2024). *STRATEGI PEMASARAN MELALUI PENERAPAN DIGITAL Universitas Negeri Medan*. 1(3), 125–131.
- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133–145. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14369>
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat. *Jurnal EMBA*, 9(4), 841–850. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36622>
- Simanullang, C. (2023). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian New Kawasaki Ninja Zx-4Rr Dimediasi Dengan Brand Preference. *Snhrp, Prosiding*(2022), 1734–1745.
- Sudi, D. M., Purwadi, A., & Firmansyah, A. (2024). Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas, Nilai, dan Preferensi Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Broomen. *Jurnal EMT KITA*, 8(1), 442–449. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i1.2163>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryawardana, E., & Dyah Pitaloka, D. A. (2024). Pengujian Variabel Mediasi Brand Preference Terhadap Repurchase Intention di Sektor Jasa Asuransi. *Solusi*, 22(3), 261. <https://doi.org/10.26623/slsi.v22i3.9155>
- Tong, T. K. P. B., & Subagio, H. (2020). Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 10.
- Virena, A. R., & Renwarin, J. M. J. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli dengan Kualitas Pelayanan sebagai Moderator. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(3), 2744–2760.

- Widjajanta, B., Rahayu, A., & Salsabila, A. (2020). Pengaruh Perceived Quality dan Brand Reputation terhadap Repurchase Intention pada Reviewers Sepatu Bata Aplikasi Shopee. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 20(1), 48–59.
- Wijaya, V., & Keni, K. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention, Mediasi Brand Trust Dan Brand Attitude Pada Produk Skincare. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 274–287. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.19301>
- Yusra, A., & Asnur, L. (2022). Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Konsumen di Cafe Kedai Kebun Dharmasraya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 15083 – 15089. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/4790%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/4790/4064>
- Zusrony, E. (2021). Perilaku konsumen di era modern. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-159.