

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Subhan, Firdaus, A. F., & Mukhamad Najib. (2023). The Influence Of Islamic Service Quality And Trust On Customer Satisfaction And Intention In Reusing The Services In The Implementation Of Umrah And Special Hajj Pilgrimage. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(3), 275–289. <https://doi.org/10.20473/Vol10iss20233pp275-289>
- Adisti, A., Tanjung, H., Satria, M. S., & Elvari, S. (2022). The Effect Of Product Quality And Service Quality On Consumer Satisfaction And Repurchase Interest (Study At Starbucks). *Indonesian Marketing Journal*, 2(2), 100–119.
- Afandi, D. K., & Ari Prabowo. (2024). *Jurnal Widya Jamaah Umroh Pt Al Muchtar Tour & Travel Jurnal Widya*. 5, 1600–1615.
- Affendi, C. J. W., & Keni, K. (2025). Determinants Of Repurchase Intention With E-Satisfaction As A Mediating Variable On E-Commerce Top-Up. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 24(2), 213–228. <https://doi.org/10.28932/Jmm.V24i2.11440>
- Ainun, H., & Muslichah, I. (2022). Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Niat Beli Dan Niat WOM Pada Situs Social Commerce Kecantikan Di Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa ...*, 01(06), 88–100.
- Alika, V., Dharta, F. Y., & Arindawati, W. A. (2024). Terpaan Postingan Voucher E-Commerce Pada Akun X @Discountfess Terhadap Pembelian Impulsif Produk Kecantikan Followers. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(12), 7108–7129. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i12.3706>
- Ananda, D., Hutabarat, P., Lubis, Z., Islam, U., Sumatera, N., Medan, K., Utara, P. S., Ananda, D., & Hutabarat, P. (2025). *Pemanfaatan Teknologi Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia : Perspektif Manajerial*. 2(1), 929–938.
- Aninda, Z. N., & Roosdhani, M. R. (2024). Exploring The Service Quality's Impact On Repurchase Intention In Service Courier Customers. *Journal Of Management And Business Environment*, 6(1), 88–107.
- Armanto, R., Rasjid, A., & Gunarto, M. (2025). Peran Sikap, Risiko, Dan Kebijakan Pemerintah Dalam Mendorong Niat Pembelian Mobil Listrik Di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 6(2), 1–10.
- Bastaman, A., & Royyansyah, M. (2017). The Influence Of Marketing Mix And Service Quality On Corporate Reputation And Its Impact On Repurchase Decision. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 183–197.
- Bukhori, M. Al, & Sisdianto, E. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR) Dan

- Reputasi Perusahaan Dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.29303/Jaa.V2i2.22>
- Chrysnaputra, R. D. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Trust Terhadap Purchase Intention Pada Jasa Umroh Di Malang. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 68–89.
- Dube, L., & Renaghan, L. (2020). The Influence Of Service Quality On Tourist Satisfaction: A Review. *Tourism Analysis*, 25(2), 83–96.
- Enjelina, R., & Masnita, Y. (2024). Fenomena Live Streaming Shopping Guna Meningkatkan Impulsive Buying Intention Dalam E-Commerce : Kajian SOR. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1(1), 1913–1923.
- Fadilah, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah PT. Adhiya Wisata Utama Tour & Travel Bandung Tahun 2024*. 2, 53–74.
- Fazil, M. M., & Saputri, M. E. (2024). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Aplikasi Mcdonald's Dengan Costumer Trust Sebagai Intervening. *Ekulnomi*, 6(3), 655–662.
- Febriana, D. A., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Daya Tarik Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Tabur Pixy. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management And Business*, 6(1), 151–160. <https://doi.org/10.37481/Sjr.V6i1.629>
- Fernanda, W. A., Nasution, J., & Silalahi, P. R. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi Perusahaan Dan Teknologi Biometrik Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia*. 1(4), 679–689.
- Hadidu, A., Horas, E., & Ypup, S. (2022). Analysis Of The Influence Of Service Quality And Brand Reputation On Purchase Intentions Of Blibli.Com Customers Analisis Pengaruh Service Quality Dan Reputasi Merek Terhadap Purchase Intention Pelanggan Blibli.Com. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 3(6), 4055–4063.
- Hamudya, T. P., & Purnamasari, O. (2022). Membangun Reputasi Perusahaan Untuk Menjaga Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: Panin Dubai Syariah Bank). *Jurnal Interact*, 11(2), 1–11.
- Hardianto, A. W. (2019). Analisis Stimulus-Organism-Response Model Pada “ Dove Campaign For Real Beauty ” 2004 – 2017. *Jurnal Transaksi*, 11(1), 65–79.
- Harianja, A. D. H., Fauzi, I., & Aziz, A. (2021). Public Relation Dan Reputasi Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Dengan Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 74–85.
- Herliani, N., Linda, W., & Sari, P. (2026). Analisis Perilaku Impulse Buying

- Konsumen Muslim Di Purwokerto Pada Platform Digital Berdasarkan Teori Stimulus-Organisme-Respons (SOR). *Jurnal Sains Student Research*, 4(1), 228–235.
- Herminalina, D., & Huda, N. (2024). *Memahami Populasi Dan Sampel : Pilar Utama Dalam Penelitian Kuantitatif*. 5(12), 5937–5948.
- Holfedner, H., Turnip, F., & Benazira, A. (2025). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Event Organizer PT Genindo Pro Indonesia*. 5, 93–112. <https://doi.org/10.59525/Aij.V5i1.584>
- Indriyana, Y. (2022). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan, Keandalan, Kegunaan Aplikasi Shopee Food Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Niat Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Food Di Yogyakarta)*. Skripsi Thesis, STIE YKPN.
- Isaeva, N., Gruenewald, K., & Saunders, M. N. K. (2020). Trust Theory And Customer Services Research: Theoretical Review And Synthesis. *Service Industries Journal*, 40(15–16), 1031–1063. <https://doi.org/10.1080/02642069.2020.1779225>
- Jayanti, A., & Tasrim, T. (2023). “Polarization” Of Consumer Behavior: S-O-R Theory Perspective. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 3(2), 107–116.
- Keni, K., Dharmawan, P., & Wilson, N. (2021). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Kepuasan Merek Dan Sikap Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Industri Penerbangan Di Indonesia. (*Development Of Research Management*): *Jurnal Manajemen*, 16(1), 79–95.
- Khairunisa, S. A. (2024). *Strategi Komunikasi Guru Kepada Siswa Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran (Studi Kasus pada Kelas 5 SDN Beji 1 Depok)*. 13(26), 77–86.
- Khuzaifah, H., Hendrati, I. M., & Purwanto, S. (2023). The Effect Of Service Quality And Price Perception On Repurchase Intention Through Customer Satisfaction Citilink Juanda Airport Surabaya. *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(1), 49–63. <https://doi.org/10.21107/Pamator.V16i1.19061>
- Liao, S. H., Hu, D. C., & Chou, H. L. (2022). Consumer Perceived Service Quality And Purchase Intention: Two Moderated Mediation Models Investigation. *SAGE Open*, 12(4), 1–15. <https://doi.org/10.1177/21582440221139469>
- Luturmas, J. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Jasa Salon Di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 28–38.
- Misi, T., Yendra, Y., & Marihi, L. O. (2024). Consumer Trust In Mediating The Impact Of Service Quality On Purchase Decisions. *Advances: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(6), 337–350. <https://doi.org/10.60079/Ajeb.V2i6.299>

- Muhammad, H., & Rasyid, M. (2022). Kepercayaan Pada Pimpinan Institusi Dan Rekan Kerja Terhadap Komitmen Afektif Pegawai. *JURNAL KOMUNITAS SAINS MANAJEMEN*, 1(1), 63–70.
- Ni Putu Devighita Tasya Maharani, I Putu Gde Sukaatmadja, I Gst. Ayu Ketut Giantari, & Gede Suparna. (2024). Mediation Of Customer Satisfaction: E-Service Quality, Brand Trust, And Reuse Intention. *World Journal Of Advanced Research And Reviews*, 23(3), 2113–2124. <https://doi.org/10.30574/Wjarr.2024.23.3.2422>
- Nurmansyah, A., Rachmat, T. A., Mere, K., Nawangwulan, I. M., & Afiat, M. N. (2024). *Edukasi Manajemen SDM Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik*. 5(5), 9359–9365.
- Nurmilah, S., & Mulyadi, E. (2020). *Hubungan Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Budaya Organisasi Dengan Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Kecamatan Karang Tengah Kota Tangerang*. 1(1), 16–28.
- Palandi, J. J., Mangantar, M., & Raintung, M. C. (2022). Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Pegadaian Di Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 565–576.
- Pulungan, N., Fannya, P., Sonia, D., Indawati, L., Studi, P., Medis, R., Informasi, D., & Unggul, U. E. (2023). Kepuasan Pasien Pengguna Bpjs Rawat Jalan Di Rumah Sakit Bhakti Mulia Tahun 2023. *Jurnal ...*, 4(September), 2168–2176.
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/Remik.V7i2.12268>
- Puri, F. N., & Mulyono, F. (2023). Pengaruh Trust Terhadap Online Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi: Studi Pada Generasi Milenial Pengguna Tokopedia. *Journal Of Management : Small And Medium Enterprises (Smes)*, 16(1), 47–58. <https://doi.org/10.35508/Jom.V16i1.7829>
- Purnawan, G., Hapsara, I., & Nugrahaningsih, T. H. (2024). Corporate Reputation Mediates The Effect Of Employer Branding On Intention Z Generation To Apply For A Job Reputasi Perusahaan Memediasi Pengaruh Employer Branding Terhadap Niat Mahasiswa Generasi Z Untuk Melamar Pekerjaan. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2548–2562.
- Puspitarini, D. A., Purnama, P. A., & Dewi, I. R. (2021). Fraud Risk And Trust On The Intention To Buy Of E-Commerce. *Journal Of Contemporary Accounting*, 3(1), 45–52. <https://doi.org/10.20885/Jca.Vol3.Iss1.Art5>
- Putra, A. S., & Purwanto, Su. (2024). The Influence Of Brand Awareness And Brand Association On The Repurchase Intention Of Dr. Martens's Shoes In Surabaya City. *International Journal Of Social Science And Education*

Research Studies, 04(01), 1–4. <https://doi.org/10.55677/Ijssers/V04i1y2024-01>

- Raihan, N. Y., Rosidi, I. J., & Muhsin, A. A. (2025). *Peran Tata Kelola Perusahaan Dalam Pencegahan Benturan Kepentingan: Studi Literatur*. 3(1).
- Ramadhanua, A., Bannab, F. M. Al, Mutmainnahc, K. S., Ramadhanid, N., & Yusuf, A. S. (2025). Membentuk Pengalaman Belanja Melalui Store Atmosphere: Analisis Perilaku Konsumen Di MINISO Dengan Teori S-O-R. *BEAMS: Business, Economics, And Management Studies*, 1(1), 41–47.
- Sagala, F. S. A., & Lubis, N. W. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Lestari Bakery Cake And Shop Sidikalang. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 2511–2521.
- Sandova, I., Karen, N. S., Putri, W. D., Yudistia, N., & Havifi, I. (2025). Mempertahankan Citra Dan Reputasi Dalam Krisis: Studi Kasus Pt Kimia Farma Tbk. *Buana Komunikasi*, 6(1), 1–8.
- Santosa, S., Putra, A., Rachmat, S., & Yuli, T. (2024). *Variabel Intervening Studi Kasus Pada Pospay Loker Kantor Pos*. 14(September).
- Sholekhatun Nisa, Lia Amalia, Nina Nurhasanah, & Elistia Elistia. (2024). Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(3), 296–310. <https://doi.org/10.55606/Cemerlang.V4i3.3102>
- Simamora, V., & Caleste. (2017). Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Galon Merek AQUA Di Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara). *Jurnal Akuntansi Manajerial*, 2(2), 24–36.
- Sinollah, & Masruro. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual ± Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Mayang Collection Cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45–64.
- Suparwo, A., & Tristyantie, M. (2020). Menakar Direct Marketing Dan Kepercayaan Pelanggan Dalam Pembelian Paket Umrah Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Bandung (1) (2). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(4), 485–502.
- Tamin, A. A., & Kusuma, A. A. (2025). Peran Brand Experience Memediasi Pengaruh Sensory Marketing Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen*, 14(7), 563–577.
- Trenggana, A. F. M., Hurryati, R., & Widjajanta, B. (2022). Repurchase Intention: The Role Of Trust, Perceived Usefulness, And Satisfaction. *Proceedings Of The 6th Global Conference On Business, Management, And Entrepreneurship*

- (GCBME 2021), 657(Gcbme 2021), 317–320.
<https://doi.org/10.2991/Aebmr.K.220701.061>
- Van Huy, L., Thinh, N. H. T., Pham, L., & Strickler, C. (2019). Customer Trust And Purchase Intention: How Do Primary Website Service Quality Dimensions Matter In The Context Of Luxury Hotels In Vietnam. *International Journal Of E-Services And Mobile Applications*, 11(1), 1–23.
<https://doi.org/10.4018/IJESMA.2019010101>
- Wardhana, P. S., & Satria, K. A. P. (2024). Eran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention. *Buletin Studi Ekonomi*, 29(01), 62–71.
- Wibawa, A. B., Utama, A. P., & Titis, P. (2024). Impact Of Service Quality On Purchase Intentions With Consumer Confidence As Mediators. *European Journal Of Management And Marketing Studies*, 9(1), 126–162.
<https://doi.org/10.46827/Ejmms.V9i1.1734>
- Wicaksono, S., & Ellyawati, J. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Ulang: Uji Kepercayaan Sebagai Variabel Pemediasi. *Modus*, 32(2).
- Widanti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 172–186.
- Wiwekananda, I. B., Putra, I. B. U., & Indiani, N. L. P. (2024). Trust Sebagai Pemediasi Pengaruh Service Quality Dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna E-Marketplace Di Provinsi Bali. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 23(1), 80–100.
<https://doi.org/10.22225/We.23.1.2024.80-100>
- Yuliana Putri, S., & Hermi. (2022). Faktor-Faktor Determinan Reputasi Perusahaan Pada Restoran Cepat Saji Di Jakarta. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 17(2), 263–286.
<https://doi.org/10.25105/Jipak.V17i2.13924>
- Zahirah, H., & Wuryan, S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Risiko, Reputasi Terhadap Niat Beli Online Dengan Kepercayaan Sebagai Peran Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Esa Unggul (JAME)*, 12(1), 63–83.