

DAFTAR PUSTAKA

Afik D.A (2021) *Pengaruh E-wom, Lifestyle dan kepercayaan terhadap Keputusan*

Alfabeta Bandung.

Awan D (2019) *Pengaruh Brand image dan kualitas produk serta Word of mouth*

beli ulang pada konsumen di maganda. Jurnal Ekonomi dan Bisnis volume 6, (2016)

Dagma Syafira D.W (2022). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSE, CITRA*

dan kepercayaan Terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk Minat

Pembelian ulang pada pelanggan Shopee. Jurnal UNMUS, 8(9), 47-62

Fitriana I.N (2021). *Pengaruh Nilai pelanggan, kepercayaan dan Kepuasan*

Ghazali, 2016 Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 16

Ghazali, 2018 Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 16

[Https://Blog.kompas.id](https://Blog.kompas.id)

[Https://Blog.skillacademy.com](https://Blog.skillacademy.com)

<https://m.kumparan.com>

[Https://Scarlettwhitening.com](https://Scarlettwhitening.com)

Irma Y.F (2019) *PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP*

KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG DI WARUNG KOPI

KLOTOK, KALIURANG, YOGYAKARTA *Jurnal Manajemen Bisnis, Vol 10. No.1*

(2019)

konsumen terhadap Pembelian ulang di toko buah Awwabila di Dolopo. Jurnal ekonomi manajemene (2021)

Martina R.m, Hermansyah A.w, Deni S (2018). PENGARUH KUALITAS

MEREK,DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

SCARLETT WHITENING. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 5 No,2 (2022)*

Pelanggan terhadap Minat beli ulang Voucher Im3 Ooredoo. Jural ekonomi Manajemen (2021)

PELAYANAN, KEPUASAAN, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP

NIAT PEMBELIAN ULANG TOKO ONLINE TOKOPEDIA. *Jurnal Manajemen*

Vol 8. No 1 (2018)

pembelian produk fashion marketplace. Jurnal Ekonomi manajemen (2021)

Qaris A.w (2021) *Pengaruh Customer Experience, word of mouth, dan kepercayaan*

Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya S. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Website*

Sugiyono (2017). *METODE PENELITIAN kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*

Sugiyono. (2017). *metode penelitian kuantitatif kualitatif, dan R&D.* Alfabeta Bandung

Susan N (2016) *Peran Kepercayaan Konsumen Pada Bisnis Online terhadap Minat*

terhadap Pembelian ulang dengan Kepercayaan konsumen sebagai Variabel intervening pada konsumen lampu LED phipips dikota Jember. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Hal 105(2019)

