

## DAFTAR PUSTAKA

- Arie Liyono (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Electronic Word Of Mouth* (Ewom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi. *Jubis* Vol. 3 No. 1 Tahun 2022
- Oktavia Retno Maharani, Heri Wijayanto, Tegoeh Hari Abrianto (2020). Pengaruh citra merek dan kualitas produk pada kepuasan konsumen dimoderasi oleh loyalitas (studi kasus pada lipstik Wardah). *Jurnal ekonomi manajemen dan akuntansi* Vol. 4 Tahun 2020
- Fitriana I.N (2021). Pengaruh Nilai pelanggan, kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat beli ulang Voucher Im3 Ooredoo. *Jurnal ekonomi Manajemen* (2021)
- Qaris A.w (2021) Pengaruh *Customer Experience*, *word of mouth*, dan kepercayaan konsumen terhadap Pembelian ulang di toko buah Awwabila di Dolopo. *Jurnal ekonomi manajemen* (2021)
- Awan D (2019) Pengaruh *Brand image* dan kualitas produk serta *Word of mouth* terhadap Pembelian ulang dengan Kepercayaan konsumen sebagai Variabel intervening pada konsumen lampu LED phipips dikota Jember. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Hal 105(2019)
- Afik Dyah Ayu (2021) *Pengaruh E-wom, Lifestyle* dan kepercayaan terhadap Keputusan pembelian produk *fashion marketplace*. *Jurnal Ekonomi manajemen* (2021)

- Sugiyono (2017). *METODE PENELITIAN kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta Bandung.*
- Dagma Syafira D.W (2022). Pengaruh *Celebrity Endorse*, Citramerek, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 5 No,2 (2022)*
- Irma Y.F (2019) Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta *Jurnal Manajemen Bisnis, Vol 10. No.1 (2019)*
- Devi, Putu Sonia Chandra, and Eka Sulistyawati. 2018. "Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Online Trust Terhadap Repurchase Intention." 7(6): 2856–86.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jaya, Umban Adi, and Tiara Cantika Putri. 2021. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Trust Terhadap Repurchase Intention." *Repository IMWI* 4(2).
- Kusuma, Putu Dharmayoga, and Alit Suryani. 2017. "Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Marketing Mix Terhadap Repurchase Intention." *E-Jurnal Manajemen Unud* 6(3): 1398–1424.
- Nilawati, Wardha. 2019. "Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Pembelian Ulang ( Studi Pada Konsumen Kopi ABC Di Desa Pancoran Bondowoso )." 9(1): 74–78.
- P, Noviasari Dewi Eka, Naili Farida, and Sari Listyorini. 2013. "Pengaruh Corporate Social Responsibility , Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap

Keputusan Pembelian Ulang Dengan Corporate Image Sebagai Variabel Intervening Studi Pada Pengguna Produk Tolak Angin Pt Sidomuncul Di Kelurahan Tembalang Semarang.” *Dipenegoro Journal of Social and Politic*: 1–8.

Parahita, Raras, and Suzy Widyasari. 2023. “And Price Perception On Online Repurchase Intention ( Study On Shopee Application Users In Semarang City ) Pengaruh Electronic Word Of Mouth ( E-Wom ) Di Sosial Media Tiktok , Kepercayaan Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang Belanja Online ( Studi .” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(1): 2002–9.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 26th ed. Bandung: Alfabeta.

Yundari, Ni Putu Siska, and I Made Wardana. 2019. “Pengaruh Brand Image, Consumer Satisfaction, Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Menggunakan Kembali.” 8(7): 4647–75.

