

DAFTAR PUSTAKA

- Sahat mulia artha silalahi., (2019), pengaruh kualitas produk dan customer experience terhadap keputusan pembelian ulang minyak karo cv mejuah-juah di kecamatan medan baru dan medan selayang. universitas sumatera utara Medan
- Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon, (2016). “*Sistem Informasi Manajemen*”, Edisi 13, Penerbit : Salemba Empat
- Kotler, P., dan Amstrong, G., (2016), “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., dan Amstrong, G., (2016) “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, Edisi 12, Jilid 2, Jakarta: Erlangga
- Triyani Rahmadewi, Naili Farida dan Reni Shinta Dewi., (2015). pengaruh crm dan customer experience terhadap keputusan pembelian ulang melalui brand trust pada pt. Nasmoco pemuda. Universitas Diponegoro
- Awan Darminto., (2019). Pengaruh brand image dan kualitas produk serta word of mouth terhadap pembelian ulang dengan kepercayaan konsumen sebagai variable intervening pada konsumen lampu led philips di kota jember. Universitas Jember
- Rahmawati, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1).
- Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Susan Novitasari ., (2016). PERAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA BISNIS ONLINE TERHADAP BELI ULANG PADA KONSUMEN DI MAGANDA. Jurnal Fakultas Ekonomi
- Martina Rahmawati Masitoh, Hermansyah Andi Wibowo, Deni Sunaryo., (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DI TOKO ONLINE TOKOPEDIA. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Serang Raya
- Sutisna., (2012), Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran., Edisi kedua. Bandung.
- Finnan Aditya Ajie Nugraha Suharyono, Andriani Kusumawati.,” *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan jalan Simpang Soekarno-Hatta nomor 1-2 Malang)*”.
- Fandy Tjiptono., (2012), *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Fukuyama, Francis. 2002. *TRUST*, Yogyakarta: CV. Qalam.
- Mowen, John C dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- M. Hanif Shibghatalloh. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Pada Persepsi Resiko Konsumen Terhadap Online Shopping (Studi Kasus Pada Situs WWW.Kaskus Sebagai Media Internet Yang Menyediakan Online Shopping)*.
- Trisnawati, Suroso & Kumorohadi. 2012. *Analisis Faktor-faktor Kunci Dari Niat Pembelian Kembali Secara Online, Studi Kasus Pada Konsumen Fesh Shop*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), September 2012, Hal. 126 – 141 Vol. 19, No. 2
- Hendi Ariyan. 2012. *Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua di Kota Padang*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zulfadly, E. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Yakult di Kota Padang*. Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha, (2655-6499).

