

## DAFTAR PUSTAKA

- Damsuki, A. A., Rachmawati, V., & Danajaya, Y. (2013). Pengaruh Brand Knowledge, Brand Relationship, Behavioral Intention, Brand Advertisement, dan Brand Experiences pada Repurchase Intention Teh Tong Tji di Mall Surabaya. *Jurnal Gema Aktualita*, 2(1), 69–80.
- Darwin, M., Mamondol, M., Sormin, S., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (S. Tambunan (ed.); Issue Juni). Media Sains Indonesia.
- Ekaputri, A., Rahayu, A., & Wibowo, Li. (2016). The Effect of Brand Experience on Customer Satisfaction and The Impact toward Repurchase Intention. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 15.
- Fatimah, A., Sunarya, E., & Mulya, F. (2020). Fenomena Viral Marketing Terhadap Pembelian Ulang. *Journal of Business, Management and Accounting Volume*, 2(1), 89–97. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/budgeting.v2i1.785>
- Fianto, A. (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management and Strategy*, 5(2), 58. <https://doi.org/10.5296/bms.v5i2.6003>
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)* (1st ed.). Deepublish Publisher.
- Ginee.com. (2021). *Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggeleгар!* Ginee.Com. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- Hakim, N., Suwandari, L., & Nawarini, A. T. (2020). The Influence of Quality Perception, Price Fairness, Brand Experience, and Accessibility to Repurchase Interest (Study on Consumer Chatime in Purwokerto). *Jurnal Akuntansi Manajemen Dan Ekonomi*, 22(1), 28–38.

- Hardani, Aulia, N. H., Fardani, R., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed.). Pustaka Alam.
- Haryanto, A. Tr. (2021). "Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta." <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta>
- Hasian Ekaputri, A., Rahayu, A., & Adi Wibowo, L. (2016). *The Effect of Brand Experience on Customer Satisfaction and The Impact toward Repurchase Intention*. 15, 464–467. <https://doi.org/10.2991/gcbme-16.2016.85>
- Kakisna, M., & Yenny, L. (2021). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Makanan, Dan , Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Pelanggan KFC Cabang Kakialy Di Ambon. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, III(4), 1118–1126.
- Mardiah, A., & Hamdi, A. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online. *MENARA Ilmu*, XIV(02), 1–11. <file:///C:/Users/Asus/Downloads/2245-6182-1-PB.pdf>
- Maslahah, I., & Sutopo. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Daya Tarik Terhadap Citra Merek Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiwa/i Undip KOnsuemn Aqua). *Diponegoro Journal of Management*, Volume 6, 1–15.
- Maulidya, A., Saroh, S., & Zunaidi, D. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Marketing Mix Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Semusim Cafe Kota Malang). *Jiagabi*, 10(2), 205–212. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/12919/10091>
- Miranda, R., & Nurdasila. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Jasa Transportasi P.O Simpati Star Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(2), 310–321. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/13275>

- Misnanto, R., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Perempuan Di Surakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 78–88.
- Monica, N., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2691–2700. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.23720>
- Nurcaya, I. A. H. (2021). *Mempercantik Paras Bisnis Kosmetik Lewat Penjualan Online*. <https://bisnisindonesia.id/article/mempercantik-paras-bisnis-kosmetik-lewat-penjualan-online>
- Oceani, S. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Tupperware di Magelang. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–13.
- Oscar, B., & Sumirah, D. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(1), 1–11.
- Populix. (2021). *Perilaku Konsumen: Pengertian, Manfaat, Faktor, Teori & Model*. <https://www.info.populix.co/post/perilaku-konsumen>
- Rahmanda, F., & Farida, N. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada J.CO Donuts & Coffe Paragon Mall Dan Java Supermall Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, X(I), 866–878.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Alauddin University Press.
- Ridwan, M., & Halimatussakdiah. (2019). Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Niat Membeli Ulang Melalui Mediasi Kepercayaan Pelanggan Terhadap Produk Motor Suzuki Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 4, No. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/12473-28764-1-PB.pdf

- Riel, A. A. (2021). *Pengaruh Viral Marketing Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening*. Universitas Jambi.
- Rosannah, F. S. (2014). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap merek pada niat membeli ulang. *Jurnal Siasat Bisnis*, 18(1), 63–80.  
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol18.iss1.art6>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen* (Nikoemus (ed.)). C.V Andi Offset.
- Sari, R. K. (2019a). Viral Marketing : Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran. *Cermin: Jurnal Penelitian*, 3(2), 81–96.  
[https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v3i2.488](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v3i2.488)
- Sari, R. K. (2019b). Viral Marketing: Memanfaatkan kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran. *Cermin: Jurnal Penelitian Universitas Bina Sarana Informatika, Volume 3*, 86.
- Setyawan, J., & Michael, A. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Brand Experience, Dan Word of Mouth Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Baskhara Futsal Arena Surabaya. *Agora*, 6(1).
- Sitompul, E. F. D. (2021). Pengaruh Brand Experience, Brand Trust, Dan Brand Value Terhadap Brand Loyalty Pada Kategori Marketplace (Studi Pada Generasi Youth, Netizen , Dan Women Di Medan Selayang). In *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota* (Vol. 1, Issue 3). Universitas Sumatera Utara.
- Soedionon, W., Prasastyo, Kl., & Adeline, M. (2020). *Affect Dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Pada*. 12(1), 57–66.
- Soleha, I., Arifin, R., & Rahmad, A. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Label Halal Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Kosmetik Zoya Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas*, 2, 166–176.  
<http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/443/478>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif , dan R&D*. Alfabeta Bandung.

- Wang, Y., & Tsai, C. (2014). The Relationship between Brand Image and Purchase Intention: Evidence from Award Winning Mutual Funds. *The Relationship between Brand Image and Purchase Intention: Evidence from Award Winning Mutual Funds*, 8(2), 27–40.
- Yayuk, Y. (2020). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediator*. <http://eprints.umm.ac.id/71480/1/NASKAH.pdf>
- Yuliana, D. (2021). Pengaruh Brand Experience, Brand Image Dan E-Service Quality Terhadap Brand Loyalty BY.U (Survei Pada Followers Akun Instagram @byu.id) [Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto]. In *Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto*. [http://repository.iainpurwokerto.ac.id/12697/1/DEBY\\_YULIANA\\_PENGARUH BRAND EXPERIENCE%2C BRAND IMAGE DAN E-SERVICE](http://repository.iainpurwokerto.ac.id/12697/1/DEBY_YULIANA_PENGARUH_BRAND_EXPERIENCE%2C_BRAND_IMAGE_DAN_E-SERVICE)

