

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, V., Ibhar, M. Z., & Nasution, N. A. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Agung Automall Cabang Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(4), 5728–5743.
- Alya Insani, N., & Nina Madiawati, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. 4(3).
- Angga Indra Kurniawan, D., & Arifin, S. (2023). Neraca Strategi E-Wom Di Era Digital Di Toko Es Permen Karet 2320 Kota Surabaya (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.kolibi.org/index.php/>
- Anggraini, M., & Simanjourang, F. (2023). Content: Journal Of Communication Studies Efektivitas Online Customer Review Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Tiktok Shop Di Kota Medan. *Content: Journal of Communication Studies*, 01(02), 10–20. <https://doi.org/10.26594/register.v6i1.idarticle>
- Aprilia Anggraeny, F., Menuk Srihandayani, C., & Noerchoidah. (2022). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis-Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus Pada UD Bangunan Kita Surabaya). In *Journal of Sustainability Business Research* (Vol. 3).
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- Candra Irawan, I. (2020). Analisis e-marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 247. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1907>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2021). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: kualitas produk dan kualitas pelayanan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Jurnal riset manajemen dan akuntansi pengaruh brand image dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating. 2(2).

- Delviana, A. S., Sarwoko, E., & Hidayat, C. W. (2023). Peran electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian ulang: Citra merek sebagai mediasi. (*Management and Business Review*. <https://doi.org/10.21067/mbr.v7i1.8543>)
- Dermawan, F., & Rahmidani, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Costumer Service Online Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Aplikasi Belanja Online Shopee di Kota Padang Panjang.
- Ekaprana, i. D. G. A., jatra, i. M., & giantari, i. G. A. K. (2020a). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap niat pembelian ulang. *E-jurnal manajemen universitas udayana*, 9(8), 2895.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran produk dan merek (*planning & strategy*).
- Fishendra, M. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Kliri Coffee And Space Semarang. In *Jurnal Visi Manajemen* (Vol. 8, Issue 1).
- Harjadi, D., & Arraniri, I. S. E. I. (2021). Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial. <http://insaniapublishing.com>
- Hasbullah, & Muchtar. (2022). Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(4), 826–831.
- Hidayat, T. (2020). artikel harga 2. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Hidayat, W., & Sulistyani, L. (2021). Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV Muna Sariy(Vol. 9, Issue 1). <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Ilyas, G. B., Rahmi, S., Tamsah, H., Munir, A. R., & Putra, A. H. P. K. (2020). Reflective model of brand awareness on repurchase intention and customer satisfaction. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 427–438.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & kepuasan pelanggan.
- Institut, A. P., Islam, A., Laa, N., Bogor, R., Institut, D. J., Prasetyo, A., & Islam, I. A. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret. 2(2), 150.
- Irsyandi, A., Fatimah, F., & Nursaidah. (2024). Analisis Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

- Ulang Produk (Studi Kasus pada Larissa Skincare Jember). *Journal of Business, Management and Accounting*, 5.
- Jeany, & Siagian, M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada bpr artha prima perkasa. *Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi*, 7(3), 330–341.
- Khoirunnisa, D. E. V., Dini Wilanda, S., Nurliana, S., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(2), 53–65.
- Luh, N., Purnamawati, A., Wayan, N., Mitriani, E., Putu, N., & Anggraini, N. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli ulang di bandung collection kecamatan kuta utara, badung*.
- Mahaputra, D. G. K., & Setiawan, P. Y. (2019). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(12), 7326.
- Marcellino, L., Ellitan, L., & Muljani, N. (2021). Pengaruh experiential marketing terhadap repurchase intention dimediasi oleh customer satisfaction pada restoran x surabaya. *In Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA) Marcellino, Ellitan, Muljani* (Vol. 10, Issue 1).
- Maryati, & M. Khoiri. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian toko online time universe studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11, 542–550.
- Maulana, A., & Yolanda Masnita. (2023). Peluang repurchase intention pada e-commerce websites dengan meningkatkan brand leadership. *Jurnal Bisnis Terapan*, 7(2), 181–190. <https://doi.org/10.24123/jbt.v7i2.5791>
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 26–38. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.115>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (survey pelanggan produk sprei rise). 5(3).
- Noviana, R. S., & Khuzaini. (2021). Pengaruh brand image, e-wom dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Nurhalim. Andres Dharma. (2020). Pengaruh Brand Image Gojek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid-19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang) (Vol. 9, Issue 1).

- Primastika, E. A., & Rusdianto, R. Y. (2024). Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Bank BJB KCP Mojokerto. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 37–45.
- Puspitarini, S. (2023). Pemanfaatan E-Commerce Untuk Mendorong Generasi Muda Menjadi Wirausaha Baru Pada Siswa Sma Negeri 105 Di Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nasional*, 3, 144–152.
- Putri, D. F., & Sumaryono, S. (2021). Peran persepsi terhadap electronic service quality dan electronic word-of mouth (e-wom) terhadap intensi pembelian ulang melalui e-commerce. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 9(2), 164–171. <https://doi.org/10.22219/jipt.v9i2.12933>
- Putu Ratna Udayani, L., Putu Mahyuni, L., & Agung Made Sastrawan Putra, A. (2023). *Strategi penetapan harga, diferensiasi dan diversifikasi produk dalam membangun keunggulan bersaing UMKM* (Vol. 25).
- Rohmanuddin, & Suprayogo, H. A. (2022). Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian di masa pandemi covid 19 (studi kasus pada bisnis ritel pakaian “sting” cabang kedoya green garden). *Jurnal Bina Manajemen*, 10, 78–89.
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Harry Patuan Panjaitan, dan. (2021). *The Effect Of Brand Image, Product Quality, Quality Of Service, Price Perception And Place On Consumer Buying Interest In Sido Kangen Bakso Pekanbaru* (Vol. 1, Issue 1).
- Sari, Y. T. K., Hendrastomo, G., & Januari, N. E. (2020). Belanja Online Dan Gaya Hidup Mahasiswa Di Yogyakarta Online Shopping And Lifestyle Of University Students In Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*.
- Setiowati, N., & Farida, I. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk (Vol. 5).
- Sholeh, B., & Urwatul, A. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Cita Rasa dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MIXUE ICE CREAM & TEA (Survei Pada Konsumen Mixue Ice Cream & Tea di Pandaan). In *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* (Vol. 9, Issue 2).
- Sirait, F. Y., Fitri, M., & Batubara, C. (n.d.). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Halal Kosmetik Safi. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 2023.
- Sudrartono, T., & Saepudin, D. (2020). artikel harga 7. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 62.

- Suryadi, Yateno, & Kurnia, D. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Toko Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 3, 589.
- Ternate, H. T., & Ralahallo, F. N. (2020). Analisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang konsumen.
- Viani, G. A. I., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2022). Pengaruh brand image dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian ulang produk kfc di kota Denpasar pada masa pandemi covid 19. *Jurnal EMAS*.
- Wahyudi, Y. H., Kristanti, D., Nurbambang, & Rinto. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Wayan, N., Chandra, D., Dewi, S., Cempaka, N. P., Atmaja, D., & Manek, D. (2023). Pengaruh kualitas produk, brand image dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian ulang iPhone di Denpasar. 825.
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN*, 17(2), 172–186. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.172-186>
- Wuisan, D. S. S., Candra, D., Tanaya, M. A., Natalia, V., & Bernarto, I. (2020). Pengaruh Website Design Quality Dan E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Sociolla E-Trust Sebagai Variabel Mediasi. In *Computatio: Journal of Computer Science and Information Systems* (Vol. 4, Issue 1).
- Yanti Febrini, I., Widowati PA, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di warung kopi klotok, kaliurang, yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.18196/mb.10167>
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4293>