

DAFTAR PUSTAKA

- Agistian, D. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. 53(9), 1–15. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Agung, A. A. P. dkk. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif Edisi Ke-1* (Vol. 1). <https://www.journals.segce.com/index.php/KARTI/article/view/47/49>
- Alifah, U. (2021). *PENGARUH BEAUTY VLOGGER SEBAGAI E-WOM DAN BRAND TRUST TERHADAP PEMBELIAN ULANG (Survei Pada Konsumen Kosmetik Purbasari di Glow Beauty Bar Sumedang)*. 3(2), 6.
- AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anggita, P. (2018). Pengaruh Iklan “BukaLapak” Pada Situs Youtube Dan Gaya Hidup Di Era Digital Terhadap Pembelian Ulang Di Toko Online “BukaLapak” (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Anggraeni, A. M. (2019). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PEMBELIAN ULANG PRODUK KOSMETIK EMINA DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*.
- Basu, S., & Irawan. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. 1–58.
- Chaston, I., & Chaston, I. (2014). Service marketing. In *Small Business Marketing*. https://doi.org/10.1007/978-1-137-32601-0_12
- Darmanto. (2016). MANAJEMEN PEMASARAN untuk mahasiswa ,usaha mikro,kecil dan menengah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. <https://doi.org/10.1165/rcmb.2013-0414OC>
- Fadillah, F. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Pembelian Makanan Di Grandis Barn Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening. *Eprints Ums*, 55.
- Fergusson, M., Ph, R. O., Gürbilek, N., Scarlet, D., Ph, R. O., K.M., Quevauviller, P., Thomas, O., Van Der Beken, A., Ph, R. O., CPCB, Restek Corporation, Geometry, R., Analysis, G., Ph, R. O., Willey, N., Geometry, R., Analysis, G., Gustafson, R. J., ... Durgham, H. (2013). Journal of Chemical Information and Modeling. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Fiktor Alfian Rizaldi, Tri Indra Wijaksana, S.Sos., M. S. (2013). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PEMBELIAN ULANG PRODUK IKAN SARDEN PT HEINZ ABC INDONESIA. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 53(9), 1689–1699.
- Ginting, M. (2019). *Perilaku Konsumen*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>
- Gunari, K. T. P. (2019). *Pengaruh Label Halal dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Pembelian Ulang Konsumen pada Produk Skincare Safi*.
- Hardieka, N. F. (2018). Pengaruh Kualitas produk , Kualitas Produk , dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Kosmetik Maybelline (Studi Pada Mahasiswi Pengguna Kosmetik Maybelline di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya) The Effect of Kualitas produk , Product Q. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol 6, No.*
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. (2016). *Prodi manajemen*. 82–94.
- HASRA HARTINA. (2017). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Di Media Sosial Terhadap Minat Pembelian UlangPurbasari Lipstick Colour Matte. *Manajemen Asuhan Kebidanan Pada Bayi Dengan Caput Succedaneum Di Rsud Syekh Yusuf Gowa Tahun, 4, 9–15.*
- Jasmani. (2018). Pengaruh Promosi dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan (Studi PT. Baja Perkasa Jakarta). *Jurnal Semarak, 1(3)*, 142–157.
- Krisjanti, C. N. C. M. N. (2015). Analisis Pengaruh Electronic Word-of-Mouth Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Merek Smartphone Samsung Dan Iphone. *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 1–15.
- Lestari, R. E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Pembelian Ulang Produk Mie Instant Sedaap. *Jurnal Ilmu Dan Budaya, 41(63)*, 1–26. <http://journal.unas.ac.id/ilmu-budaya>
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Kualitas produk, Brand Trust, dan Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 15(05)*, 777–787. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/viewFile/10473/10059>
- Mangkunegara. (2013). *Ii, Bab Pustaka, Tinjauan Manajemen, Pengertian*. 67. [https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/8338/Bab 2.pdf?sequence=10](https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/8338/Bab%202.pdf?sequence=10)
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Kualitas produk) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis, 1(2)*, 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Moral, E. (1989). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol 4 Tahun 1989 Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol 4 Tahun 1989*. 4(November 1988).

- Mukaromah, S., Rahadhini, M. D., & Triastity, R. (2020). PENGARUH PRICE FAIRNESS DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK PEMBELIAN ULANG (Survei pada Konsumen Rown Division Kota Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(April), 88–98.
- Nilawati, W. (2019). *Pengaruh Kualitas produk Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Kopi ABC Di Desa Pancoran Bondowoso)*. 9(1), 74–78.
- Ninla Elmawati Falabiba. (2019). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Internet Advertising Terhadap Pembelian Ulang Pada Flashy Bandung*.
- Nurdiana, F., & Oktafani, F. (n.d.). *Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Pembelian Ulang*.
- Oliver, J. (2019). Inovasi Produk. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Putri, L. H. (2016). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 162–170. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/138#:~:text=Hasil dari penelitian ini adalah,%2C harga%2C dan lingkungan fisik>.
- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>
- Sari, D. K. (2019). Jurnal sains pemasaran indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 18(1), 81–103.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01), 96–106.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>
- Saununu, S. J. (2019). *Analisis Pengaruh Getok Tular Elektronik*. 7, 51–58.
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.
- STEWART, R. (1957). Management Organization. *Nature*, 180(4587), 621–622. <https://doi.org/10.1038/180621a0>
- Sumarwan, U. (2003). *Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.* 368.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas produk, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan

- Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 04(1), 49.
- Swastha, Basu, I. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. *Liberty, Yogyakarta*.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ulumiyah, F. (2019). *PENGARUH ATMOSFER TOKO, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Konsumen Toko Tas Elizabeth Mojokerto)*.
- Villela, lucia maria aversa. (2013). *Journal of Chemical Information and Modeling*.
Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.
- Wigati, S. (2011). PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Oleh : Sri Wigati (Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya). *Pe rilakuKonsumen*, 01(01), 22–39.
- Yang, A. F., Minat, M., & Ulang, B. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang Konsumen Pada Pt Anugerah Avava Cemerlang Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28062>