

## DAFTAR PUSTAKA

- Annet, N., & Naranjo, J. (2014). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat beli ulang Pelanggan. *Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 85(1), 2071–2079.
- Anggit Yoebrilanti (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat beli ulang Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial). December 10, 2021.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabet.
- Ari Setyaningrum. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Andioffset
- Albar, A. S., Dkk. 2022. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat beli ulang Pada Konsumen Mcdonald,S Lampung. *Jurnal Business And Enterpreneurship Journal*. Vol.2 (1).
- Astuti, Sri Rahayu Tri., Hendra Riki Wijaya. 2018. *The Effect of Trust and Brand Image to Repurchase Intention in Online Shopping. International Conference on Economics, Business and Economic Education*. 915-928.
- Azmi, & Maulida. (2021). Pengaruh Iklan, *Sales Promotion*, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Shopee). *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 4(4), 151–160.
- D. Resti, and H. Soesanto, "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 0, pp. 28-39, Sep. 2016.
- Fatma Irmaliya1 & Fritina Anisa. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Minat beli ulang Produk UMKM Kuliner (Studi Empiris UMKM Kuliner Di Kota Magelang).pISSN: 2622-9404 | eISSN: 2828-0725.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Eresi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fauzy, N. E. N., & Rafikasari, E. F. (2020). Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, *Brand Image* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat beli ulang Mahasiswa Pada Produk “Le Minerale.” 20(November), 266–284.
- Febrilla, S., & Ponirin. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Promosi Penjualan

terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Shopee Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 8(1), 56–062.

Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy) *.Manajemen Pemasaran*, 336.

Firmansyah, A. (2019). Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM. Pemasaran (Dasar dan Konsep) i. *Pemasaran*, 396.

Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat beli ulang Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71–82.

Hasibuan, Malayu S. P. 2019. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta : Bumi Aksara.

Irmaliya, F., & Anisa, F. (2022). Pengaruh harga , Citra Merek , dan Promosi Terhadap Minat di Kota Magelang. *UM Magelang Conference Series*, 8(1), 928–937.

Julia Retnowulan. 2017. Pengaruh Kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli ulang smarthphone Xiaomi.

Kaunang, Pingkan T. "*The Effect of Brand Image, Price and Perceived Quality on Customer Purchase Intention in Planet Surf, Manado.*" *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 1, no. 4, 2013.

Khanfar, I.A 2016, '*The Effect of Promotion Mix Elements on Consumers Buying Decisions of Mobile Service: The case of Umniah Telecommunication Company at Zarqa city – Jordan*' *European Journal of Business and Management*, vol.8, no.5, 2016, pp. 94-100.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2018). *Marketing Management*. 14th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, P and Amstrong, G. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Terjemahan: Jusuf, D. I. Yogyakarta: Andi Offset.

Kotler, P. and Kevin Lane Keller. 2018. *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.

Kasus, S., Larasati, D. R., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek

Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat beli ulang Online Di E-Commerce Shopee. 2(1).

Krinawati, E. D. (2020). Pengaruh Media Sosial Marketing , Brand Image , Dan Persepsi Harga Terhadap Minat beli ulang Skincare Ms Glow Di Surabaya Eva Dwi Krinawati Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 , Surabaya Abstract This Study Aims To Analyze 1 ). The Effect Of. 1–14.

Nurdiansyah, H., & Rahman, R. S. (2016). Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Diandra Kreatif.

N.A. Luthfiana, And S.P Hadi, "Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Minat beli ulang (Studi Pada Pembeli Di Marketplace Shopee)", Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 8, No. 2, Pp .97-104, Apr.2019

Prakarsa, Sean. 2021. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat beli ulang di Optic Sun's. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan/Volume 5/No.1.

Prawira, Y. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 3(6), 71–76.

Prabowo, Septi Aji. Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat beli ulang Mirota Kampus Godean.

Prabowo, H., Astuti, W., & Respati, H. (2019). *Perceptions About Service Quality, Brand Image, Word Of Mouth And Repurchase Intention Of Guests Staying Budget Hotels In Airy Rooms In The City Of Semarang Indonesia. IJO-International Journal of Business Management, 2(8), 1–15.*

Prisilia, M. N., & Rubiyanti, N. (2022). Pengaruh *Brand Image Dan Brand Ambassador* Terhadap Minat beli ulang Produk Scarlett Whitening Di Jakarta. *E-Proceeding of Management, 9(3), 1503–1511.*

Priskilia, P., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Memakai Ulang Layanan Go-Pay Di Wilayah Jakarta. Jurnal Manajemen, 9(1).

Popo Suryana dan Risa Bela. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen Smartphon), Jurnal Riset Bisnis dan Management (JRBM), Vol. 1 No 1, Februari 2015, Hal. 43-51

Rafikasari, E., & Fauzy, N. (2021). Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk,

*Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat beli ulang Mahasiswa Pada Produk “Le Minerale”*. *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(2), 266-284

Rasmana, F. A. S., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 114–122.

Rini, W. S. (2022). Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Repurchase Intention di Sidoarjo (Studi Pada Konsumen Produk Scarlett Whitening di Masa Pandemi) Rismawati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 2–20.

Rokhmawati et al. (2022). Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat beli ulang Honda Scoopy Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 515–526.

Safitri, Arini N. "Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang pada Lazada." *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi*, Jun. 2020, pp. 1-9.

Schiffman dan Kanuk. 2018. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Prentice Hall. New Jersey.

Septi Aji Prabowo, “Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean”, *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 1 No. 7 Juli 2018, 122.

Suryana, P., & Muliastari, I. (2018). Harga Dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 15.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta Bandung.

Suprpto, R. E. H., & Setyawardani, R. D. (2022). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat beli ulang Prouk Skin Care Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Wanita di Kota Surabaya). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(2), 684–698.

Tangka, G. C., & Dotulong, L. O. (2022). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat beli ulang Dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unsrat Angkatan 2018. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 383-392.

Umam, K. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat beli ulang Garnier Men Acno Fight Pada Mahasiswa Fakultas

Ekonomi Dan Bisnis Untag Surabaya. 1–23.

Wasitaningrum, T., & Nur Cahya, H. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Minat beli ulang Produk Scarlett Whitening. *Jekobs, 1*(1), 58–70.

Yoebrilianti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat beli ulang Produk Fashion dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen, 8*(1), 20–41.