

DAFTAR PUSTAKA

- Alvino, N., & Arini, E. (2021). Pengaruh Product Attribute, Perceived Value Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Product Apple Iphone Di Kota Bengkulu). *Repository Universitas Muhammadiyah Bengkulu*. <http://repo.umb.ac.id/items/show/1401>
- Arif, M. E. (2019). The Influence of Electronic Word of Mouth (Ewom), Brand Image, and Price on Re-Purchase Intention of Airline Customers. *Journal of Applied Management*, 17(2), 345–356. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.02.18>
- Aryadhe, P., & Rastini, N. M. (2016). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Di Pt Agung Toyota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(9), 5695–5721. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/22987>
- Asmara, A. (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.
- Bahar, A., & Sjahruddin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Pada Konsumen di McDonald's Alauddin Makassar. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 3, 14–34. <https://osf.io/preprints/inarxiv/tc2fe/>
- Darni, S., & Marlina. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Handphone Merek Oppo Di Kota Lhoksukon Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(4), 51–58. <http://journal.umuslim.ac.id/index.php/jiab/article/view/995>
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 2895–2914. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p01>
- Faradiba, & Astuti, S. R. T. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 177–186. <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/jmb/article/view/4228/2432>
- Fauzi, R., & Sampurna, D. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Kasus Pada Kosumen Sepeda Motor Yamaha Di Dealer Johar Baru Jakarta Pusat).

Repository *STIE* *Indonesia*, 1–18.
[http://repository.stei.ac.id/2727/1/21150000156_Artikel Inggris_2020..pdf](http://repository.stei.ac.id/2727/1/21150000156_Artikel%20Inggris_2020..pdf)

- Ferdyanto, S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Perusahaan Ritel di Jakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 279–284. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i3.11863>
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk dan Daya Tarik Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi pada Pasar Grosir Sentono Batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/view/872>
- Hudaya, A. (2020). Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Kembali Pada Private Label. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 6(1), 59–76. <https://www.neliti.com/publications/335217/analisa-factor-yang-mempengaruhi-niat-pembelian-kembali-pada-private-label>
- Ika KW, N., & Pebrianto, R. (2020). Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pond'S Men. *Journal of Economic And Business Volume*, 1(3), 55–66. <http://ejurnal.stieyapan.ac.id/index.php/JEB/article/view/85/98>
- Jiwandono, A., Arifin, R., & Hufon, M. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada warung bakso tiara kediri. *Jurnal Riset Manajemen Riset Manajemen*, 8(9), 82–94. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/4347>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. 16(1), 36–47. <https://www.fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/749>
- Noor, M. F., & Nurlinda, R. . (2021a). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone. *Forum Ilmiah*, 18(2), 150–161. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-20795-11_1698.pdf
- Noor, M. F., & Nurlinda, R. . (2021b). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone. *Forum Ilmiah*, 18(2), 150–161.
- Putri, A. D. E., & Ramli, Y. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Memperhatikan Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Pada Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal SWOT*, 9(1), 11–21. https://node2.123dok.com/dt03pdf/123dok/003/855/3855633.pdf.pdf?X-Amz-Content-Sha256=UNSIGNED-PAYLOAD&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=aa5vJ7sqx6H8Hq4u%2F20220623%2F%2Fs3%2Faws4_request

&X-Amz-Date=20220623T172343Z&X-Amz-SignedHeaders=host

- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 107–116. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/3674>
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748–5782. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>
- Tan, K. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Dengan Mediasi Citra Merek Pada Cikake. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(4), 331–340. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2555>
- Wicaksono, A. A., & Masharionon. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image , Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(7), 1–20. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1374>
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>