

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya R, Suryono BS. 2018. “Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Traveloka Di Kota Semarang)”. Vol 7. No 2
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/issue/view/1179>
- Afifah. 2020 “Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang pada Makanan Kemasan Lokal (Studi Kasus pada Konsumen Muslim di Kecamatan Gondokusuman Kota Yogyakarta)”.
<http://hdl.handle.net/123456789/38603>
- Afriani. 2021. “*Electronic Word Of Mouth, Celebrity Endorsement* dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Online Shopee dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Untuk Pengguna Aplikasi Shopee.
- Ahmad L.D. 2022. “Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Situs *E-commerce* JD.ID”.Vol 9. No2.
<https://repository.telkomuniversity.ac.id>
- Ali Hasan.. 2018. Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian. Vol 20. No 3
<https://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/view/30>
- Anggara. Dkk. 2019. ”Pengaruh Kualitas Situs Web, Nilai Yang Dipersepsikan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen *E-Commerce* Shopee.Co.Id Dikota Semarang)”.
<https://dx.doi.org/10.31599/jmu.v2i2.759>
- Ardianto, Khowin. Dkk. 2020. “Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada *Official Store* Shopee Di Kota Surabaya”, Vol 2. No 2
<https://dx.doi.org/10.32493/smk.v2i2.2929>
- Bonar FS, 2019. “Pengaruh *Produk Quality, Celebrity Endorser* dan *Sales Promotion* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada wilayah Tangerang Selatan”. Vol 2. No 2
<https://dx.doi.org/10.32493/smk.v2i2.2929>
- B Saidani. 2019. “Analisis Pengaruh Kualitas *Website* Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee”. Vol 10. No 2
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/issue/view/987>

- Denny. 2021. “*Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Tokopedia*. Vol 5 no 1.
- Fira M. 2021. “Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Membeli Ulang dengan Kegunaan yang Dirasakan sebagai Variabel Intervening pada *E-commerce X*”. Vol .2 No 2.
<http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/issue/view/13>
- Hartanto, Riadi. 2018. “Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Transportasi Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan”.
<http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/3402>
- H Maridjo, P Amelia. 2020. “Pengaruh *Seeking, Purchase Experience*, dan *Celebrity Endorser*, pada Minat Beli Ulang dengan Sikap Terhadap *Laneige* Sebagai Variabel Mediasi”.
<https://doi.org/10.24167/jemap.v3i2.2833>
- Iwan I, Nainggolan K. 2020. “Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Awareness* dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Mie Sukses (Studi Empiris pada penduduk Kecamatan Pinang-Kota Tanggerang)”.
<https://doi.org/10.31294/jc.v17i2.2476>
- Katubi. 2020. “Analisis gaya hidup, bintang iklan dan kepercayaan terhadap minat beli ulang pada konsumen *online shopee* (studi kasus dilakukan pada mahasiswa universitas islam batik Surakarta fakultas ekonomi prodi manajemen)”, Vol.18 No.3
<https://ejournal.unsa.ac.id/index.php/smooting/issue/view/53>
- Khowin A, Fania PN, Lia N. 2020. “Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada *Official Store Shopee* Di Kota Surabaya”. Vol 2. No 2
<https://dx.doi.org/10.31599/jmu.v2i2.759>
- Lestari, Enis Dwi. 2018. “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Di Ritel *E-Commerce Shopee*”
- M Arif W. 2018. “Pengaruh Desain Produk dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Honda New Sonic 150r (Studi Pada Pengguna Honda New Sonic150r di Kota Surabaya)”. Vol 6. No 1
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/issue/view/1393>

- M Mulqi. 2021. "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang Gadget melalui Aplikasi Belanja *Online* Shopee (Studi Pada Masyarakat Jabodetabek)".
<http://repository.fe.unj.ac.id/>
- NR Ningrum. 2022. "Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kepercayaan Konsumen, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Produk *Scarlett Whitening*: Studi Kasus Pada Konsumen *Scarlett*". Vol 5. No 2
<http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/bisman/issue/view/122>
- Purwaningtyas, Septiani Arum. 2020 "Pengaruh Harga, *Brand Ambassador*, Iklan, Kemudahan Pembelian Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada *E-Commerce* Shopee".
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/issue/view/25>
- R. A Basuki. 2021. "Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang Melalui *Brand Trust* Pada Produk Kosmetik *Focallure* sebagai Variabel Moderasi". Vol 5. No 2. 2021
<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/JBE/issue/view/371>
- Rahaju Edi, E. 2018. "Pengaruh karakteristik bintang iklan dan *e-commerce* terhadap minat beli ulang produk *fashion* di kota madya madiun. Jurnal ilmu ekonomi, manajemen, dan akuntansi. Vol. 7, No. 2, 108-111".
<http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks/issue/view/1>
- Ratna D. 2021 "Pengaruh Daya Tarik dan Kekuatan Iklan Terhadap Minat Pembelian ulang". Vol 18. No 2, 2021
<file:///C:/Users/hp/Downloads/1839-Article%20Text-3806-1-10-20210830-3.pdf>
- Rendra . 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio di Dealer Yamaha Mataram Sakti Jepara)".
- Rifqi, 2020: 21, Buku Romindo, 2019: 94-95.
- Rinaldi, A & Suryono, B.S.2018. "Analisis pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan traveloka di kota semarang)". Di ponegore *jurnal of management*. Vol. 7, No.2, 1-14.
- Riska. A. R. 2020. "Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Produk di Mediasi Oleh Citra Merek (Kasus Produk Kosmetik Wardah).
<http://repository.stieykpn.ac.id>

- Rohani, Siti. Dkk. 2020. “Pengaruh Media Sosial Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Ulang Dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan *Ms Glow Aesthetic Clinic* Malang)”, Vol 09. No 10
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/issue/view/654>
- Safitri, Ayu. 2019. “*Electronic Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan Serta Suasana Kafe Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Warunk Upnormal. Univeristas Lampung, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.”
- Saidani, Basrah. Dkk. 2019 “Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee”. Vol 10. No 2
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/issue/view/987>
- S. Indrawaty N. 2018 “Pengaruh Atribut Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Ikan Sagela Olamita di IKM Kreatiif Gorontalo”. Vol 1, No 2 .2018.
<file:///C:/Users/hp/Downloads/7020-12088-1-SM.pdf>
- Sity A. 2019. “Analisis Pengaruh *Brand Image*, Harga, Kualitas Produk, dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan)”. Vol 1. No 1
<https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/issue/view/62>
- Stefanny A. 2022. “Pengaruh desain produk, citra merek dan *Celebrity Endorser* terhadap minat beli ulang Studi pada Konsumen Es Teh Indonesia
<http://repository.usd.ac.id/id/eprint/43635>
- Study of Scientific and Behavioral Management*. 2021. “Hubungan antara Daya Tarik Iklan dan Desain Kemasan serta Pengaruhnya terhadap Minat Beli Ulang Wardah Cosmetic yang dimoderasi *Brand Image*”. Vol 2. No 2
<https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/ssbm/issue/view/1531>
- Suryawijaya, H., Rusdi, F. 2021. “Pengaruh Daya Tarik Iklan di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo di Klangen Anak Muda Jakarta Barat)”. Vol 5. No 1
<https://doi.org/10.24912/PR.V5I1.8111>
- Venny FA, Harry S. 2019. “Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan *Celebrity Endorser* Pada Promo AdaAqua Terhadap Minat Beli Amdk Merek Aqua Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 di Jawa Tengah dan DIY)”. Vol 5. No 3
<https://ejournal3.undip.ac.id>

