

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Assauri, S. 2010. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Cochran, W.G, and Cox, G, M. 1957. *Experimental Design*. John Wiley and Sons Ltd, New York.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gava Media.S.
- Ghozali. (2018). BAB III Metode Penelitian 3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian. 82–96.
- Griffin, R. W., & Eber, R. J. (2019). Tahun 2019 Kepuasan Konsumen Bengkel Fajar Motor. *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Bengkel Fajar Motor Temanggung*.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang PRESSindo.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, Ninth Edition. New York: McGraw Hill.
- Sugiyono. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia, Diana. 2016. *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- Stephanie, E., Rumambi, L. J., Sondang, Y., Si, S., Sc, M., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). *jurnalD-analisa-pengaruh-rio-dewanto-dan-donita*. 1(2), 1–9.

JURNAL

- Ahmad *et al.* (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/28826>
- Alfian B.(2012: 26). (2021). Mengemukakan Faktor-Faktor Terbentuknya Citra Merek. 9–32.
<https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/1600>
- Agnelia, R. A., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2013). *Bisnis & Entrepreneurship*, 10(2), 172–185.
<https://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/jebe/article/view/13>
- Amroni, A., Purbasari, D. M., & Aini, N. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang (Rebuying) Pada Toko Kue Yosin Di Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon. *Jurnal EBI*, 1(1), 64–70.
<https://doi.org/10.52061/ebi.v1i1.9>
<https://jurnal.cic.ac.id/index.php/ebi/article/view/9>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.
<https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/16492>
- Fakhru, Rizky Muhammad dan Hanifa Yasin. 2014. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT Nailan Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 14. No. 02. Oktober 2014 ISSN 1693 – 7619. STIE Nusa Bangsa
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/182>
- Febiana, D., Kumadji, S., & Sunarti. (2014). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung yang Melakukan Pembelian pada Biker's Resto dan Cafe di Kota Malang). *Jurnal ...*, 16(1), 1–6.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/671>
- Joesyiana, Kiki. (2018). “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru”. *Jurnal Valuta*. Vol.4. No.1. ISSN: 2502-1419
<https://ejournal.kompetif.com/index.php/dayasaing/article/view/624>

- Justika, U. (2021). *Pengaruh Word of Mouth dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kec. Kramat Jati)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
<https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/827>
- Kurniawati, N. I. (2020). Analisis Pengaruh *Word of Mouth* dan Cita Merek 59 terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Makeover Kota Semarang. *Forum Ekonomi*, 22(2), 286–295.
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI/article/view/7449/1024>
- Lubis, L. N., & Parhusip, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas, Kepuasan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Paket Internet Simpati (Studi Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama). *Jurnal Bintang Manajemen*, 1.
<https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jubima/article/view/1134>
- Melenia Widi Astuti, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Make Over JACFA Journal Advancement Center for Finance and Accounting. *Journal Advancement Center*, 2(03), 1–11.
<https://journal.jacfa.id/index.php/publish/article/view/21>
- Munfaqiroh, S., & Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 122–132.
<https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/view/578>
- Nanda Kumala Ningsih, Arifin, R., & Hufron, M. (2016). Pengaruh Brand Image, Product Quality, Price Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 82–94.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/25941>
- Nugraha, F. A. A., Suharyono, & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan jalan Simpang Soekarno-Hatta nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(1), 1–7.
<http://bisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/867>

- Parmin. (2013). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Teh Celup Sariwangi di Kecamatan Adimulyo. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 59–73.
<https://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/fokbis/article/view/60>
- Putri, Finta Cahya, Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada konsumen Legipait Coffeeshop Malang). *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*, 34(1), 86–95.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1321>
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
<https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/766>
- Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475–481.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/28771>
- Sugiyanto, & Maryanto, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Esa Unggul Pengguna Iphone. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(2), 10–23.
<https://ejournal.goacademica.com/index.php/japp/article/view/453/419>
- Umami, F. K. F. (2019). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo , Malang) Umami Fitria Kalsum Fakaubun PENDAHULUAN Minat beli ulang pelanggan atas*. 4(September), 221–234.
<https://riset.unisma.ac.id/index.php/jimmu/article/view/3743/3370>
- Wibowo, Fajar Nur., Nenden Nur Anisa, N. W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Dan Promosi, Terhadap Minat Beli Kopi Kenangan Di Purwokerto. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 190–199.
<http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/8309>

Yana, R. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen Produk Busana Muslim Dian Pelangi Di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 21(1), 85795.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/28826>

Zahra, F. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Make Over Melalui Beauty Vlogger Dalam Membangun Citra Merek. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 29–42.

<https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/489>

Zahroh, U., & Oetomo, H. W. (2018). Pengaruh Produk, Word of Mouth, Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(3).

<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1172/1190>

