

DAFTAR PUSTAKA

- Abid, M. M. F., & Dinalestari. (2019). Pengaruh E-Security dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Fisip Undip. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1–8.
- Agung, M., Rawi, T., Wibowo, G., Made, I., & Dwisaputra, R. A. (2020). The Influence of Social Media, Brand Image and Celebrity Endorser to Purchase Intention on Tokopedia. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 7, 96–104. www.ajhssr.com
- Ahmadi, B., & Jayawati, D. (2017). Rancang Bangun Decision Support System Untuk Pemilihan Rute Pengiriman Paket Pada Perusahaan Penyedia Jasa Logistik. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1(2), 117. <https://doi.org/10.30988/jmil.v1i2.18>
- Alfianka, M. P. N. (2018). *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Deepublish.
- Ali, A., & Bhasin, J. (2019). Understanding Customer Repurchase Intention in E-commerce: Role of Perceived Price, Delivery Quality, and Perceived Value. *Jindal Journal of Business Research*, 8(2), 142–157. <https://doi.org/10.1177/2278682119850275>
- Ali, H. (2019). Building Repurchase Intention and Purchase Decision: Brand Awareness and Brand Loyalty Analysis (Case Study Private Label Product in Alfamidi Tangerang). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 04(09), 623–634. <https://doi.org/10.36348/sjhss.2019.v04i09.009>
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek , Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 96–104.

- Anam, K. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA RENTAL MOBIL MITRA TRANSPORT) Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9, 2–15.
- Ananda, A., Mugiono, M., & Hussein, A. S. (2021). The influence of store image on repurchase intention: the mediation role of perceived value and customer satisfaction. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 10(4), 17–27. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i4.1209>
- Azizah, L. N. (2021). Pengertian Grand Teori dan Cara Menentukan Grand Teori di Dalam Skripsi. *Gramedia*.
- Budi, F. S., & Khuzaini. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(9), 2–14.
- Cahyati, N. K., & Seminari, N. K. (2020). *The Role of Customer Satisfaction in Mediating the Effect of Service Quality and Marketing Experience on Repurchase Intention (Study in PT Pos Indonesia Expedition Services)*. 2, 128–135.
- Christy, F. E. (2020). *Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024*. Tempo.Co. <https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024>
- Codignola, F., Brands, L. F., & Efficiency, F. (2018). The Influence of Brand Image , Brand Trust , Product Quality , and Price on the Consumer ' s Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal ESJ*, 14(13), 228–239. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Cuong, D. T., & Khoi, B. H. (2019). The relationship between service quality, satisfaction, trust and customer loyalty a study of convenience stores in Vietnam. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(1

Special Issue), 327–333.

Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.

Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.com.

Fakaubun, U. F. K. (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). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(September), 221–234.

Fauzi, F., Ilyas, G. B., Nawawi, N., Usman, J., Yusriadi, Y., Kurniawan, R., & Ivana. (2021). Effect of service quality and product knowledge on customer loyalty through customer satisfaction at bank BTPN makassar branch. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 7294–7301.

Fauziyah, A. (2018). Kurir Pilihan Pembaca Digation. *Digation.Id*. <https://www.digation.id/read/011787/nih-kurir-pilihan-pembaca-digation>

Ferdiawan, Y., Hermawan, A., Wardana, L. W., Arief, M., & . S. (2018). Satisfaction as effect mediation of brand image and customer relationship management on customer's loyalty. *KnE Social Sciences*, 3(3), 34. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i3.1872>

Fikri, M. El, Ahmad, R., & Harahap, R. (2020). Strategi Mengembangkan Kepuasan Pelanggan Online Shop Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Sabun Pyari). *Jurnal Manajemen Tools*, 12(1), 87–105. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Firmansyah, A. (2020). Pengaruh Produk , Harga Dan Lokasi kepuasan Konsumen Serta Niat Pembelian Ulang Pada Produk Gadai Emas Ib Barokah Di Bank Jatim Cabang Syariah Surabaya. *Urnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 05(2), 7–9.

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (E. R. Fadilah (Ed.); 1st ed.). CV Budi Utama.
- Gabrielle, N., & Harjati, L. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 58. <http://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/590>
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40–57. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3627548>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis. In Multivariate Data Analysis, Multivariate Data Analysis B2 - Multivariate Data Analysis, Multivariate Data Analysis*. 87(4).
- Harfika, J., dan, & Abdullah, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Balance*, XIV(1), 44–56.
- Hartadi, W. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Sport Yamaha Yzf-R25 Di Kota Cilegon. *Journal Industrial Servicess*, 4(1), 113–117. <https://doi.org/10.36055/jiss.v4i1.4097>
- Hennayake, H. M. G. Y. J. (2017). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction of Public Sector Commercial Banks: A Study on Rural Economic Context. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 7(2), 156. www.ijsrp.org
- Hermawan, I. (2019). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN MIXED METHODE* (C. Sri Rahayu (Ed.); Pertama). Hidayatul Quran Kuningan.

- Hermiyenti, S., & Wardi, Y. (2019). A literature review on the influence of promotion, price and brand image to purchase decision. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 64, 538–545. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.34>
- Ilyas, G. B., Rahmi, S., Tamsah, H., Munir, A. R., & Putra, A. H. P. K. (2020). Reflective model of brand awareness on repurchase intention and customer satisfaction. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 427–438. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.427>
- Izzudin, M. S., & Novandari, W. (2018). The Effect Of Perceived Quality, Brand Image On Customer Satisfaction And Brand Awareness Toward Repurchase Intention. *Journal of Research in Management*, 1(3), 32–43. <https://doi.org/10.32424/jorim.v1i3.44>
- Jaber, L., Basalamah, R., & Wahono, B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko Dan Keragaman Produk Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 82–94.
- Janna, N. M. (2020). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *Artikel : Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar, 18210047*, 1–13.
- Japarianto, E. (2019). 1. Pengaruh Retail Service Quality terhadap Minat Berkunjung Ulang Mall di Surabaya melalui Perceived Quality dan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 17–26. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.17-26>
- Jumawan, J. (2018). The Effect of Service Quality on Loyalty using Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Entrepreneurs in Bekasi Bonded Zone). *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 4(5), 389–394. <https://doi.org/10.22161/ijaems.4.5.9>
- Kant, R., & Jaiswal, D. (2017). The impact of perceived service quality dimensions on customer satisfaction: An empirical study on public sector banks in India.

International Journal of Bank Marketing, 35(3), 411–430.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2016-0051>

Mabkhot, H. A., Hasnizam, & Salleh, S. M. (2017). The influence of brand image and brand personality on brand loyalty, mediating by brand trust: An empirical study. *Jurnal Pengurusan*, 50(September).
<https://doi.org/10.17576/pengurusan-2017-50-07>

Mahendrayanti, M., & Wardana, I. M. (2021). the Effect of Price Perception, Product Quality, and Service Quality on Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(1), 182–188.
www.ajhssr.com

Manuarang, R. N. (2018). Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Survei pada Pengunjung TOko Buku UB Press, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(3), 41–47.

Maulida, A. (2022). No Title. 2022. <https://mediakonsumen.com/2022/06/04/surat-pembaca/isi-paket-lewat-jnt-hilang-dengan-kondisi-paket-repacking-dengan-lakban-jnt>

Munwaroh, U. L., & Riptiono, S. (2021). Analisis Pengaruh Cafe Atmosphere , Kualitas Pelayanan dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Customer Malindo Corner). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(5), 1030–1046.

Mustari, & Said, M. I. (2019). *Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online di Kota Makassar*. 805–811.
<https://ojs.unm.ac.id/semnaslemlit/article/view/11732>

Nastiti, A., & Rahayu Tri Astuti, A. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 126–136.

- Nathadewi, K. S., & Sukawati, T. G. R. (2019). Peran Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Lion Air. *E-Jurnal Management*, 8(11), 6658–6679.
- Nuraini. (2016). *Jasa Logistik Melesat di Era e-Commerce*. <https://www.kominfo.go.id/>
- Nurvita, A. R., & Budiarti, A. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Prima Juanda Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(11), 1–18.
- Octaviana, R. A., & Nugrahaningsih, H. (2018). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada PT. Meratus Line Jakarta). *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 6(2), 57–72.
- Pahlevi, R. (2022). J&T, Perusahaan Logistik dengan Volume Pengiriman Terbesar di Indonesia. *Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/jt-perusahaan-logistik-dengan-volume-pengiriman-terbesar-di-indonesia>
- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Stephani, G. (2018). The effect of online customer experience towards repurchase intention. *International Journal of Supply Chain Management*, 7(5), 548–558.
- Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. *Ekonomi Bisnis*, 25(2), 94–109. <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>
- Pitaloka, I. W., & Gumanti, T. A. (2019). The effects of brand equity on repurchase intention: The role of brand relationship quality in Muslim Wear Brand Surabaya-Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(1), 196–199.

- Pradana, M. D. (2018). Pengaruh E-Service Quality dan Kemudahan terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Jasa Uber Motor Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1–10.
- Prawita, D., Lukitaningsih, A., & Welsa, H. (2020). Analisis Price Discount dan Perceived Usefulness terhadap Minat Pembelian Ulang Menggunakan Fintech Melalui Intervening Customers Satisfaction (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Gopay Di Kota Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi , Bisnis, Dan Manajemen Daulat Rakyat*, 4(2), 147–160.
- Purbasari, D. M., & Permatasari, D. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 43. <https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.1056>
- Putri, K. A. M. A., & Yasa, N. N. K. (2022). The Role of Customer Satisfaction as Mediating Variable on the Effect of Brand Image towards Coffee Shop Customer's Repurchase Intention. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 149–154. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1271>
- Ramadhani, M. D., Gde, T., & Sukawati, R. (2021). The role of customer satisfaction mediates the effect of service quality and quality of the shopee . co . id website on repurchase intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(2), 570–579.
- Rambe, N., Maksum, C., & Jasin, M. (2017). Pengaruh Pelayanan, Citra Merek dan Harga terhadap Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan dan Word Of Mouth. *EKOBIS*, 1(3), 5–24.
- Raquel, M. B., & Alonzo, A. G. F. (2019). An Inter-correlational Study on Socio-demographic Profile, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in a Fast Food Restaurant in the Philippines. *The Proceedings of the 1st International Conference on Business, Management and Information Systems 2019 (ICBMIS 2019)*, 1, 455–485. <https://www.icbmis-utb.org/article/1/34/>

- Ratasuk, A., & Gajesanand, S. (2020). *Factors Influencing Brand Image and Customer Repurchase Intention: The Case of Coffee Chain Shops Located in Gas Service Stations in Bangkok*. 171–188.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Redjeki, R. R. E. S., & Ngatno. (2019). Peningkatan Pembelian Ulang Melalui Promosi, Citra Perusahaan, Pelayanan dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Audience*, 2(1), 40–55.
- Rimawan, E., Mustofa, A., & Dwi Mulyanti, A. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty (Case Study PT ABC Tbk). *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 8(7), 2330–2336. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29557.93925>
- Riyanto, A. (2018). Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi. *Ecodemica*, 2(1), 117–124. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2911/pdf>
- Rohwiyati, R., & Praptiestrini, P. (2019). The Effect of Shopee e-Service Quality and Price Perception on Repurchase Intention: Customer Satisfaction as Mediation Variable. *Indonesian Journal of Contemporary Management Research*, 1(1), 47. <https://doi.org/10.33455/ijcmr.v1i1.86>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach* (1st ed.). Deepublish.
- Santi, I. G. A. P. C., & Suasana, I. G. A. K. G. (2021). the Role of Brand Image Mediates the Effect of Electronic Word of Mouth on Repurchase Intention in Starbucks Coffee. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 9(1), 328–338.
- Santika, K. J., & Mandala, K. (2019). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Management*,

8(10), 6139–6158.
<http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>

Santikayasa, I. M. A., & Santika, I. W. (2018). Peran Citra Toko Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(2), 1144.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i02.p20>

Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. Rachmatullah (Ed.); 1st ed.). Indigo Media.

Sanusi. (2011a). *Metode penelitian bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sanusi, A. (2011b). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

Saputra, R. (2018). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda. *Jom Fisip*, 5(1), 1–19.

Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(02), 186–199.

Savitri, C., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Hendrayati, H. (2021). The role of social media marketing and brand image on smartphone purchase intention. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 185–192.
<https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.009>

Setyawati, S. M. (2019). *Dampak Integrasi E-Service Quality Dan E-Satisfaction Pada E-Repurchase Intension Konsumen Aplikasi Go-Jek Kategori Go-Ride*. 26(708), 77–84.

Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15.
<https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>

- Sidharta, R. B. F. I., Sari, N. L. A., & Suwandha, W. (2018). Purchase Intention Pada Produk Bank Syariah Ditinjau Dari Brand Awareness Dan Brand Image Dengan Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3), 562. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i3.007>
- Simanjuntak, D. S. (2020). *Statistik Penelitian Pendidikan dengan Ms. Excel dan SPSS* (T. Lestari (Ed.); 1st ed.). CV. Jakad Media Publishing.
- Sinurat, E. S. M., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2230–2239. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16522>
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (HJIMB)*, 02(01), 71–75. <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki%0APERKEMBANGAN>
- 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://doi.org/10.54783/japp.v4i2.453>
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser , Citra Merek , dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 53–62.
- Suryani, R., & Rahmadhani, F. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Toko Terhadap Niat Beli Ulang Di Online Marketplace Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Media Dan Komunikasi Bisnis*, 13(1), 62–69.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, 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.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *EMBA*, 7(1), 891–900.
- Top Brand Index 2020-2021*. (n.d.). www.topbrand-award.com
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). *Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D ' Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan)*. 26(01), 105–122.
- Tripayana, S., & Pramono, J. (2020). Kualitas Produk, Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan Dimana Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada UKM Start Up Pariwisata Kombuchi Brewing Co. *Jemap*, 2(2), 182. <https://doi.org/10.24167/jemap.v2i2.2266>
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2018). Predicting online repurchase intentions with e-Satisfaction as mediator: a study on Gen Y. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(3), 427–447.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136–146. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>
- Widjaja, A., & W., Y. G. (2018). Impact of Online to Offline (O2O) Commerce Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction and Repeat Purchase Intention. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 4(3), 163–170. <https://doi.org/10.22161/ijaems.4.3.5>
- Winata, E. C., & Kempa, S. (2021). Analisis Pengaruh Perceived Value Dan Service Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Toko Emas Sentral Makassar. *Jurnal Agora*, 9(1), 2019–2022.

Wulandari, S., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Transportasi Migo di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(2), 791–797.

Yandi, D. R., & Septrizora, W. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna E-Commerce Situs Blibli . Com dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(03), 67–77.

