

## DAFTAR PUSTAKA

- Adela, M., & Tuti, M. (2024). Increasing Customer Repurchase Intention : The Significance of Product Quality, Viral Marketing, and Customer Experience. *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 8(2), 105–114. <https://doi.org/10.33050>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179–211.
- Alega, T. G., Ratnaningtyas, E. M., & Sujoko. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang di E-commerce Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen E-commerce Shopee di Kabupaten Sleman). *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 9–19. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.55681/armada.v2i1.1120>
- Alvian, I. G. P. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen “Masalah.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(4), 1–8.
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *NUSANTARA: Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379. <https://doi.org/DOI:10.31604/jips.v8i5.2021.1370-1379>
- Awi, Y. L., & Chaipoopirutana, S. (2014). A Study of Factors Affecting Consumer 's Repurchase Intention toward Xyz Restaurant , Myanmar. *International Conference on Trends in Economics, Humanities and Management (ICTEHM'14)*, 181–184. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15242/ICEHM.ED0814093>
- Candra, F., Ellitan, L., & Agrippina, Y. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Wizzmie di Surabaya. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(1), 218–237. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i1.2159>
- Dewiasih, T., & Nainggolan, B. M. (2022). Peningkatan Niat Pembelian Ulang dengan Kualitas Layanan dan Word of Mouth diHa-Ka Restoran : Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Mediator. *Journal of Tourism and Education*, 6(2), 2022. <https://www.ejournal.akpindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1257>
- Fakhirah, & Hadi, E. D. (2024). Effect of Electronic Word of Mounth (E-WOM), Product Quality and Price Perception of Repurchase Intention of Skincare Products on the Tiktok Shop Application. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(3), 997–1006. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i3.8546> ISSN-E:
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Universitas Diponegoro Semarang.
- 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>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial* (1st ed.). Insania Grup Publikasi Yayasan Insan shodiqin Gunung Jati.
- Khaddapi, M., Burhanuddin, B., Sapar, Salju, & Risal, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan Melalui Loyalitas Terhadap Minat Membeli Kembali di Jinan Pet Care and Veterinary Palopo. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(3), 951–961. <https://doi.org/DOI:https://dx.doi.org/10.17358/jabm.8.3.951>
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta : Erlangga. p125.
- Mareta, L. P., & Kurniawati, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Shampo Rejoice. *EcoGen*, 3(3), 400–409.
- Mensah, I., & Mensah, R. D. (2018). Effects of service quality and customer satisfaction on repurchase intention in restaurants on University of Cape Coast campus Effects of service quality and customer satisfaction on repurchase intention in restaurants on University of Cape Coast campus. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(1), 27–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.1247542>
- Nutzungsbedingungen:
- Muriati, & Rino. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Niat Membeli Kembali dengan Keputusan Pembelian sebagai Mediasi Dalam Menggunakan Maxim. *Jurnal Ecogen*, 5(3), 387–399. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i3.13720>
- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62–79. <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i2.14>
- Pratama, M. A. D., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Produk Thrifting Store Swoosh. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 78–85. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3608>
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality & Satisfaction (3rd ed.)*. CV Andi Offset.
- Wood. (2009). *Communication In Our Lives, Sixth Edition*. Wadsworth Publishing: Boston.
- Wulandari, S., & Marlana, 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.

Yusuf, I. N. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Di E-Commerce Shopee. *Jurnal UMS*, 12.