

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, H. S. (2019). Teknik Pengembangan Instrumen Penelitian Ilmiah di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *Sains Dan Teknoogi*, 139–157.
- Adriany, V. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa Gejek Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Karyawan Berkantor Di Wilayah Jl. T.B Simatupang Jakarta). *Commerce Jurnal Ilmiah Politeknik Piksi Input Serang*, 6(1), 63–82.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Apriliani, R., Ardiyanti, Y., Efendi, B., & Nurhayati, E. C. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli Kopi Bowongso di Kabupaten Wonosobo). *Jamasy : Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2, 100–108.
- Baruno, A. D., & Puji Susanto, A. H. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Smartphone Samsung. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 2(1), 270–286. <https://doi.org/10.30741/adv.v2i1.291>
- Brilliance, I. H., & Sherly, T. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel. *Agora*, 7(1), 1–8.

- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 50–62. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Deali, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Lius Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Stie*, 1–12.
- Evita, N. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017) the Influence of Brand Image Toward Purchasing Decision (Study Case At Bakso Boedjangan Burangrang Bandung in 2017). *Proceeding of Applied Science*, 3(2), 430.
- Franklyn, A. K. J., & Cokki, C. (2021). Determinan Loyalitas Konsumen Situs Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 893. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13430>
- Gunawan, M. A. (2015). *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial*. Parama Publishing.
- Hariyanto et al. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terbentuknya Brand Image. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, Keagamaan, dan Humaniora*, 1(2), 46–52. <file:///C:/Users/user/Downloads/FAKTOR-FAKTOR+YANG+MEMPENGARUHI++TERBENTUKNYA+BRAND+IMAGE.pdf>

- Heriyati, P., & Septi. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Nexian. *Journal of business strategy and execution*, 4(2), 171–205.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (W. H. Adi Maulana (ed.)). Erlangga.
- Laoli, C. M. S., & Farida, N. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Customer Value Terhadap Repeat Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Sepatu Bata Di Kota Medan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1177–1189. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31528>
- Muhammad Naufal, & Umbas Krisnanto. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Alat Transportasi Daring di Jakarta. *Dies Natalis ke-52 PERBARNAS Institute: Towards Economic Recovery by Accelerating Human Capital and Digital Transformation*, 1(1), 57–69.
- Munzir, T., Tanjung, R., Ismanto, W., Arifin, A., & Manan, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Dimensi*, 10(1), 178–196. <https://doi.org/10.33373/dms.v10i1.2986>
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 1–7.
- Nasution, Y. R., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (2019). *Penerapan Aplikasi Online Angket Persepsi*. 3(2), 20–35.

- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Paiman. (2019). *Teknik Analisis Korelasi dan Regresi Ilmu-Ilmu Pertanian*. UPY PRESS.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontempore*. Alfabeta.
- Putra, T. W., & Keni, K. (2020). Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty: Brand Love Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 184. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7759>
- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133–145. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14369>
- Soebiagdo, S., & Ruliana, P. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Stikom Interstudi terhadap Peningkatan Ekuitas Merek. *InterKomunika*, 2(2), 146. <https://doi.org/10.33376/ik.v2i2.34>
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal of Management Review*, 4(1), 447–455.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R. & D. Pt Alfabeta.*
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (27 ed.).* Penerbit Alfabeta.
- Sundayana, R. (2018). *Statistika Penelitian Pendidikan.* Alfabeta.
- Suyono. (2015). *Analisis Regresi Untuk Penelitian.* Deepublish.
- Tong, T. K. P. B., & Subagio, H. (2020). Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 10.
- Tore, R. (2020). PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA ALFA STUDIO SEKAYU. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 3(1), 52–65.
- Wahyudi, Y. H., Kristanti, D., & Nurbambang, R. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri. *Riset Bisnis Ekonomi*, 1(1), 48–67.
- Waskito, R. A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Industri Otomotif (Studi Pada Pt *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, September. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1636>
- Widjaja, W., & Wijayadne, D. R. (2023). Knowledge Hiding in Small Medium

Enterprise Owned by Family Business: The Role of Knowledge Complexity, Psychological Ownership and Avoidance Motivation. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 38(1), 15. <https://doi.org/10.56444/mem.v38i1.3030>

Wulandari, T. (2016). Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta. *Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Perdana Mandiri*, 1–17.