

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia di Kota Manado The Influence Of Brand Image, Promotion And Service Quality On Consumer Purchase Decisions On Tokopedia E-Commerce In Manado City. *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Anjellia, R. R. D., & Herawati, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Smartphone Xiaomi Di Kota Bandung. *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 2599–3348. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v10i1.2825>
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*. <https://doi.org/10.31604/jips.v8i5.2021.1370-1379>
- Aphrodite, N., Ratnasari, I., Fatimah Widya Ningrum, S., Puspitasari, N., Rahayu, S., & Putri, Z. (2023). *Pengaruh Brand Image, Brand Equity dan Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pasta Gigi Pepsodent (Studi Pada Pelanggan Kecamatan Cakung)*. 17, 2716–3083.
- Basuki, R. A., & Fairuz, N. A. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Trust Pada Produk Kosmetik Focallure Sebagai Variabel Moderasi*.
- Biel, A. L. (1992). *How Brand Image Drives Brand Equity*.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. CV. IRDH.
- Cho, I.-H., & Hong, J.-W. (2021). A study on the effects of Product quality, Educational quality, and Service quality of Experimental (practice) teaching aids and manufacturing companies on elementary school teacher's satisfaction and repurchase intention. *İlköğretim Online*, 20(3). <https://doi.org/10.17051/ilkonline.2021.03.92>
- Febrianto, M., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan*. 10(2).
- Florendiana, T. R., Andriani, D., & Hariasih, M. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction Digital Marketing dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1).

- Gary, W. Y. J. (2021). *Relationship between Social Network Marketing and Brand Image and Customer Repurchase Intention and WOM in Retail Industry*.
- Geçti, F., & Zengin, H. (2013). The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.5539/ijms.v5n2p111>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- 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 University, Faculty Of Economics And Business. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1).
- Harita, H. T. S., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Tiktok (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Kota Medan). *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 171–184. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/JEKOMBITAL>
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (1st ed.). CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Insiyah, C., & Fitriyah. (2023). Pengaruh Loyalitas Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Tabungan Gaul IB BPRS Bhakti Sumekar Pusat. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(2), 12–22. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Kartiningrum, E. D., Notobroto, H. B., Otok, B. W., Kumarijati, E. N., & Yuswatiningsih, E. (2022). *Aplikasi Regresi dan Korelasi Dalam Analisis Data Hasil Penelitian* (R. Laila Mahmudah, Ed.; 1st ed.). STIKes Majapahit Mojokerto.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Marketing An Introduction* (10th edition). Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing* (19th ed.). Pearson Education.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1).

- Lestari, S. A., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Minuman Teh Botol Sosro di Depok. *Journal of Economic, Business and Accounting*.
- Lindawaty, Syawaluddin, & Okta, M. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pt Alfa Scorp II Marelan Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1).
- Logho, Y. E., Sega, S., Fanggidae, R. P. C., Salean, D. Y., & Bunga, M. (2023). Pengaruh Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Melalui Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasi Konoha di Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*.
- Luo, R., Sriboonlue, U., & Onputtha, S. (2024). *The Impact of Brand Image on Repurchase Intention in Chinese Tea Brands: A Study on the Mediating Role of Customer Engagement*.
- Maftukhah, M., & Damayanti, R. W. (2024). *Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Fenomena Pemboikotan Produk Unilever (Studi Kasus Konsumen Produk Lifebuoy dari Brand Unilever di Indonesia)*. 2(3), 67–79. <https://doi.org/10.62951/ijss.v2i3.510>
- Mahyarni. (2013). *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)*. 4(1).
- Maslim, A. S. W., & Andayani, S. (2023). Penerapan Metode Theory of Planned Behavior Untuk Tingkat Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Belanja Online. *Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi*, 7(1).
- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Minat Beli Ulang Produk Skincare Ms Glow di Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1).
- Musthofa, S., & Kurniawan, I. (2024). Pengaruh Brand Love Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Produk Skintific Di Jombang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 224–233. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>
- Mutiah, C., & Maliani, L. E. (2024). Pengaruh Brand Image, Product Quality Dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Produk Mustika Ratu di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 09.
- Ng, H., Li, T., & Li, E. (2024). Exploring The Impact Of Service Quality, Brand Trust And Attitudinal Loyalty On Repurchase Intention Among Smartphone Users In Hong Kong. *International Journal of Business & Management*, XII(1). <https://doi.org/10.20472/BM.2024.12.1.003>

- Nguyen, A. T., Phan, L. T., & Nguyen, Q. H. (2024). The Role Of Brand Image And Brand Love In The Relationship Between Perceived Cause-Related Marketing And Repurchase Intention. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 37(2), 188.
- Ningrum, D. A., Rizan, M., & Rivai, A. K. P. (2021). The Effect of Service Quality and Brand Image on Repurchase Intention With Brand Trust as Mediating Variable By The Generation Z of E-Wallet Consumers in Jakarta. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 1(4), 336–356. <https://doi.org/10.36418/jrssem.v1i4.29>
- Novitasari, M., Amah, N., Ayera, A., Aziz, A. N., & Gunardi, A. (2024). Service Quality And Customer Loyalty: The Role Of Satisfaction And Trust In Indonesian Sharia Bank. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 17.
- Oppong, P. K., Owusu, J., Ansah, M. O., & Djan, K. O. (2024). Brand Equity, Trust, Word-of-Mouth and Repurchase Intention Nexus: A Hierarchical Structural Model. *African Journal of Business and Economic Research*, 19(4), 361–386. <https://doi.org/10.31920/1750-4562/2024/v19n4a17>
- Paiz, N. A. M., Ali, M. H., Abdullah, A. R., & Mansor, Z. D. (2021). Repurchase Intention among Mobile Shoppers with Mediating Effect of Satisfaction on Mobile Shopping. *International Journal of Business and Management*, 16(7), 1. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v16n7p1>
- Planasari, S. (2025). *Jumlah Korban Tewas di Gaza akibat Genosida Israel Dekati 48.000 Orang*. <https://www.tempo.co/internasional/jumlah-korban-tewas-di-gaza-akibat-genosida-israel-dekati-48-600-orang-1220834>
- Praja, Y. (2022). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1).
- Priyanto, R. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Toko Prahasta Purbalingga. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(2).
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., Darwin, Badi'ah, A., Sayekti, P. S., Fadlilah, M., Nugrohowardhani, R. L. K. R., Amruddin, Saloom, G., Hardiyanti, T., Tondok, S. B., Priskusanti, R. D., & Rasinus. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi* (A. Munandar, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Rama, R. Z., & Irda. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Produk Somethinc Di Kota Padang*.

- Razali, G., Syamil, A., Hurit, R. U., Asman, A., Lestariningsih, Radjawane, L. E., Bagenda, C., Falasifah, N., Amane, A. P. O., Tingga, C. P., Saloom, G., Sumarni, S., Gultom, N. B., Fadhilatunisa, D., Fakhri, M. M., & Rosidah. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi* (S. Bahri, Ed.). Media Sains Indonesia. [www.medsan.co.id](http://www.medsan.co.id)
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>
- Santi, E. R., & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'licious). *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan (JSMK)*, 4(1). <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- Sari, N. N., Fauzi, A., & Rini, E. S. (2021). The Effect of Electronic Word of Mouth (E-Wom) and Brand Image on Repurchase Intention Moderated by Brand Trust in the Garuda Indonesia Airline. *International Journal of Research and Review*, 8(9), 81–91. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210912>
- Songjin, S., Ahmadpour, S., Loo, J. T. K., & Hashemi, S. (2024). Determinants Influencing Consumer Repurchase Intention on IoT Products: Moderating Effects of Brand Image. *An International Journal*, 16(4).
- Suchrisna, R., & Setianingsih, R. E. (2022). *Pengaruh Brand Trust dan Brand Experience Terhadap Minat Beli Ulang Smartphone Apple Seri Iphone 12 di Jakarta*.
- Sudarijati, Andari, T. T., & Rosyada, R. (2020). Minat Beli Ulang Berbasis Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk (Kasus Pada Sate Maranggi SN4444 Tajur Bogor) Repurchase Interest Based On Brand Image, Price, and Product Quality (Case On Sate Maranggi SN4444 Tajur Bogor). *Jurnal Visionida*, 6.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). Alfabeta Bandung.
- Susanti, T., & Sari, A. F. R. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sabun Lifebuoy di Kota Pontianak. In *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi* (Vol. 1, Issue 2). [www.topbrandaward.com/sabun-mandi](http://www.topbrandaward.com/sabun-mandi),
- Taharulah. (2023). *Lux dan Lifebuoy Masuk Daftar Produk Pro Israel yang Diboikot: Inilah 11 Alternatif Sabun Mandi Lokal Sebagai Penggantinya!* [https://www.wowindonesia.id/news/103310860641/Lux-Dan-Lifebuoy-Masuk-Daftar-Produk-pro-Israel-Yang-Diboikot-Inilah-11-Alternatif-Sabun-Mandi-Lokal-Sebagai-Penggantinya#google\\_vignette](https://www.wowindonesia.id/news/103310860641/Lux-Dan-Lifebuoy-Masuk-Daftar-Produk-pro-Israel-Yang-Diboikot-Inilah-11-Alternatif-Sabun-Mandi-Lokal-Sebagai-Penggantinya#google_vignette).  
<https://www.wowindonesia.id/news/103310860641/lux-dan-lifebuoy-masuk->

daftar-produk-pro-israel-yang-diboikot-inilah-11-alternatif-sabun-mandi-lokal-sebagai-penggantinya#google\_vignette

- Tarabieh, S., Gil, I., Salvador, J. L. G., & AlFraihat, S. F. A. (2024). The New Game of Online Marketing: How Social Media Influencers Drive Online Repurchase Intentions Through Brand Trust and Customer Brand Engagement. *Intangible Capital*, 20(1), 103–125. <https://doi.org/10.3926/IC.2515>
- Tegowati, Martoatmodjo, G. W., Kalbuadi, A., Ismail, K., Idayati, F., Rukmana, A. Y., Oktavianti, P. R. M., Mufrihah, M., Rohmah, M., Onoyi, N. J., Warhana, A., Mursid, A., Wayan Dian Irmayani, N., & Fatima, S. (2024). *Pengembangan Produk* (A. S. Egim, Ed.; 1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Tilaar, E., & Aco, L. (2024). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang di Warkop Aweng Tolitoli. *Jurnal Serambi Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 166–178. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi->
- Ulya, H., & Ayu, K. R. (2023). *Gerakan Sosial Digital; Boikot-Divestasi-Sanksi (BDS) Terhadap Isu Israel-Palestina di Media Sosial*.
- Vieira, R. A., Aguiar, E. C., Costa, M. F. da, & Policarpo, M. C. (2022). Electronic Technical Assistance Services Quality: Mediation Role of Brand Image and Satisfaction on Repurchase Intention. *Revista de Administração Da UFMS*, 15(1), 105–122. <https://doi.org/10.5902/1983465966419>
- Wahyuni, M. (2020). *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25*. CV. Bintang Surya Madani.
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management in The Digital Era* (M. Pradana, Ed.; 1st ed.). CV. Eureka Media Aksara.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano* (2nd ed.). Penerbit Indeks Jakarta.
- [www.unilever.co.id](http://www.unilever.co.id). (2025). *Tentang Unilever Indonesia*. <https://www.unilever.co.id/our-company/tentang-unilever-indonesia/>
- Zamzami, F., & Ichsan, A. S. (2024). *Dampak Global Boikot Terhadap Perusahaan Terkait Israel*. Republika. <https://www.republika.id/posts/54940/dampak-global-boikot-terhadap-perusahaan-terkait-israel>