

## DAFTAR PUSTAKA

- ardane, N., Wijaya, N. M. S., & Dewi, L. G. L. K. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan pada Scoot Fast Cruises di Bali. *Jurnal IPTA*, 5(1), 18–23.
- Aryadhe, P., & Rastini, N. M. (2016). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang di PT Agung Toyota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5695–5721.
- Ayu Marini Sarasdianthi, N. K., Sasrawan Mananda, I. G., & Suardana, I. W. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Travel Agent Airasia Go. *Jurnal Ipta*, 4(2), 7. <https://doi.org/10.24843/Ipta.2016.V04.I02.P02>
- Dr. Etta Mamang Sangadji, M. S., & Dr. Sopiah, M.M., M. P. (2013). *Perilaku Konsumen* (Pertama; Nikoemus WK, Ed.). Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada CV. Gajah Mada Cabang Padang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 5(2), 114–121.
- Fandiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 21–42.
- Faradisa, I., Budi, L., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang (ICOS CAFE). *Journal of Management*, 02(02), 1–13.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>
- Nathadewi, K. S., & Sukawati, T. G. R. (2019). Peran Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Lion Air. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6658. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I11.P14>
- Pratiwi, D. I. (2019). Menilai Dampak Evaluasi Produk konsumen dan Kepercayaan pada Niat Pembelian Kembali pada Lingkungan E-Commerce. *International Journal of Information Management*, 29(2), 522–534. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.008>
- Puji Lestari, F. A. (2018). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Sosio E-Kons*, 10(2), 179. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i2.2718>
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu

- Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17525/16774>
- Resti, D., & Harry Soesanto. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Sifra di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–12.
- Robby Dharma. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal Ekobistek*, 6(2), 349–359.
- Sanusi, A. (2012). *Metode Penelitian Bisnis* (2nd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, S. P., Sari, M. K., & Dahren, L. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Sikap Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Di CV. Hayati Cabang Pasaman Barat (Studi Kasus Di Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat). *Journal Of Economic And Education*, 5(2), 167–178. <https://doi.org/10.22202/Economica.2017.V5.I2.547>
- Sugiyono, P. D. (2011). *Statistika Untuk Penelitian* (19th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (23rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- 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. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i1.2086>
- Sulistiowati, I., & Heryenzus. (2018). Pengaruh Sikap dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Pada Online Shop Grostas Import Batam). *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 6(1), 19–26.
- Wasiman. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan Property di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 5(2), 122–129.
- Wiguna, I. P. Y. A., & Santika, I. W. (2020). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Sponsorship Terhadap Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 199–217. <https://doi.org/10.11428/Jhej1987.42.189>
- Wingsati, W. E., & Prihandono, D. (2017). Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(2), 1–11. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i2.10272>
- Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce di UBM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 155–168. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.46>