

DAFTAR PUSTAKA

- Alif Nurfitriah, Vivian Pushein Margaretha Amey, Roby Setiadi, Andi Yulianto, & Nur Aisyah. (2023). Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, Celebrity Endorser, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pasta Gigi Pepsodent Di Yogya Mall Kabupaten Brebes. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(4), 105–124. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i4.364>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *International Journal of ...*, 8(2), 1440–1449.
- Aquinia, A., & Soliha, E. (2020). The effect of brand equity dimensions on repurchase intention. *Diponegoro International Journal of Business*, 3(2), 97–103. <https://doi.org/10.14710/dijb.3.2.2020.97-103>
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Cholis Ali Nawawi. (2023). *Program studi akuntansi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri salatiga 2023*.
- Cyntya, C., & Berlianto, M. P. (2023). Effect of Credible Online Review, Brand Equity Dimension, and Customer Satisfaction Towards Bio Beauty Lab's Repurchase Intention. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 19(1), 203–223. <https://doi.org/10.33830/jom.v19i1.3740.2023>
- Devinda, E., & Purwanto, H. (2022). PERAN SALES PROMOTION, BRAND EQUITY DAN LIFESTYLE DALAM MEMPENGARUHI REPURCHASE INTENTION PRODUK EIGER (Studi Empiris pada Store Eiger Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4, September*.
- Dwi Hardiana, C., & Romario Kayadoe, F. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 71–87.
- E-issn, V. N. P., Farhani, A. H., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2023). *Pengaruh*

- Brand Equity dan Brand Image terhadap Consumer Satisfaction dalam Melakukan Repurchase Intention Produk Elektronik di Tokopedia Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 5(6), 2977–2995. <https://doi.org/10.47476/as.v5i6.2983>
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 177–186. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4228>
- Hanifah, A. N., & Nurmansyah, A. A. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Toko Dunkin' Donuts Di Kota Bandung. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 4232–4240. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.12017>
- Hidayat, A., Belakang, L., Mild, S. P., Exclusive, S., & Ping, T. P. (2024). *E-Jurnal Surplus (Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan) PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG*. 4(1), 390–399.
- Irfan Syahroni, M. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56. <https://doi.org/10.62552/ejam.v2i3.50>
- Irvan, I. A., Nathaniel, N. I. L., Verdi, V. I. R., & Krisna, L. K. A. S. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Counter Indo Cell Kudus. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 84–95. <https://doi.org/10.51277/keb.v18i2.167>
- Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, D., Zuhdi, R., Kesuma, M., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala, P. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Usaha Food and Beverage Dongdongg.Id Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(3), 554–570.
- Kusumadewi, N., & Saraswati, T. G. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee Dan Tokopedia the Effect of Customer Satisfaction on Repurchase Interests At the Scarlett Official Store At Shopee and Tokopedia). *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6476–2489.
- Lestari, N. I., & Iswati, H. (2021). The Effect Of SMEs Product Quality And Social Media On Repurchase Interest With Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *Kurs :Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(1), 24–40.
- Liantifa, M., Permaisuri, N. A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Alam, S. (2024). *CUSTOMER ATTITUDE SEBAGAI PEMODERASI KOREAN WAVE , ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING*.

18(1), 396–407.

- Linawati, L., & Sofiati, S. (2021). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Elektronik Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 19–38. <https://doi.org/10.51277/keb.v16i1.83>
- Mardikaningsih, R. (2021). Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 64–73. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v4i1.58>
- Muetya, sena G., Rifai, M., & santoso, teguh, panji, M. (2022). NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial °Perpajakan. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(4), 1483–1490.
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nadiya, A. F., & Ishak, A. (2022). Analisis Niat Beli dan Perilaku Konsumen terhadap Produk Perawatan Kulit Ramah Lingkungan. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(03), 186–204.
- Nola, N., Akhmad, I., & Fikri, K. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Lipstik Wardah Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Fajar Kosmetik Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah MahasiswaMerdeka EMBA*, 2(1), 226–235.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Permatasari, V. A., Haziroh, A. L., & Panjaitan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Scarlett Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Kampus Swasta Di Kota Semarang). *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 384–394.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Putra, P. (2021). Pengaruh Brand Equity dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fiesta Chicken Nugget. *Amsir Management Journal*, 1(2), 71–80. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.20>
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi ...*, 4(3), 1651–1667.

- Rohana, P., N, A., & Aquino, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Daya Saing*, 9(3), 862–867. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i3.1602>
- Rohman, I. Z. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang. *Manajemen Dewantara*, 6(1), 53–60. <https://doi.org/10.26460/md.v6i1.11846>
- Rusnovia, H., & Aryani, L. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 1–13. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3329>
- Salsabila, H., & Hasbi, I. (2022). Pengaruh Brand Equity terhadap Minat Beli pada Produk Kosmetik Pixy di Kota Bandung. *Mirai Manajemen*, 7(1), 203–213.
- Salsabila, Y. Z., & Nurhajati, Budi, W. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association dan Brand Equity Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Emina Cosmetics. *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 82–94.
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 32–38.
- Septyarani, T. A., & Nurhadi, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 218–227. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15877>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 141.
- Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475–481. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28771>
- Shofi Asyaduddin Sakti, Febrina Hambalah, & Herman. (2022). Pengaruh Komunitas dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Motor Sport Kawasaki di Sidoarjo (Studi Pada Komunitas SINEVO). *Journal Of Accounting and Business*, 1(1), 70–88. <https://doi.org/10.30649/jab.v1i1.82>
- Simanjuntak, G. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Perceived Price, dan Brand Image terhadap Niat Membeli Konsumen TV dari Jepang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen. *Jesya*, 6(2), 2351–2361. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1271>

- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Studi Manajemen, P., & Bella Sylvani, A. (2023). *UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG PRODUK KOSMETIK WARDAH MELALUI FASHION LIFESTYLE DAN LABEL HALAL DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING SKRIPSI Untuk memenuhi sebagian persyaratan Mencapai derajat Sarjana S1*.
- Suryaningtyas, A. P., Bassalamah, M. R., & Nanik, W. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Product Quality Terhadap Pembelian Ulang Ice Cream Mixue. *Riset Manajemen*, 12(1), 1581–1589.
- Tarigan, J., & Nuvriasari, A. (2023). Pengaruh Loyalitas Merek Pengalaman Pelanggan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Scarlett. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 17369–17378.
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Tio Arkana, P. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya terhadap Pembelian Ulang (Studi Kasus Konsumen Sepatu Ventella di Surakarta)*. 4(2), 482–500.
- Vinolaningsih, R. (2020). *Pengaruh Healthy Consciousness , Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Skincare Sensatia Botanicals Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Skincare Sensatia*. 1–10.
- Welsa, H., Dwi Cahya, A., & Sekar Dwifa, R. (2024). Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Oleh Brand Equity (Studi Kasus Pada KFC Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.36985/3k9vtz87>
- Werdiastuti, P. E., & Agustiono, A. (2022). The effect of product quality and price toward repurchase intention at Taco Casa Bali during Covid-19 pandemic. *Asian Management and Business Review*, 2(2), 193–206. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol2.iss2.art7>
- Zullaihah, R., & Setyawati, H. A. (2021). Analisis Pengaruh Iklan, Identitas Merek, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Smartphone Merek Oppo di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 169–184.
- Alif Nurfitriah, Vivian Pushein Margaretha Amey, Roby Setiadi, Andi Yulianto, & Nur Aisyah. (2023). Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, Celebrity Endorser, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pasta Gigi Pepsodent Di Yogya Mall Kabupaten Brebes. *Jurnal of Management and*

- Social Sciences*, 1(4), 105–124. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i4.364>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *International Journal of ...*, 8(2), 1440–1449.
- Aquinia, A., & Soliha, E. (2020). The effect of brand equity dimensions on repurchase intention. *Diponegoro International Journal of Business*, 3(2), 97–103. <https://doi.org/10.14710/dijb.3.2.2020.97-103>
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Cholis Ali Nawawi. (2023). *Program studi akuntansi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri salatiga 2023*.
- Cyntya, C., & Berlianto, M. P. (2023). Effect of Credible Online Review, Brand Equity Dimension, and Customer Satisfaction Towards Bio Beauty Lab's Repurchase Intention. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 19(1), 203–223. <https://doi.org/10.33830/jom.v19i1.3740.2023>
- Devinda, E., & Purwanto, H. (2022). PERAN SALES PROMOTION, BRAND EQUITY DAN LIFESTYLE DALAM MEMPENGARUHI REPURCHASE INTENTION PRODUK EIGER (Studi Empiris pada Store Eiger Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4, September*.
- Dwi Hardiana, C., & Romario Kayadoe, F. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 71–87.
- E-issn, V. N. P., Farhani, A. H., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Brand Equity dan Brand Image terhadap Consumer Satisfaction dalam Melakukan Repurchase Intention Produk Elektronik di Tokopedia Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal. 5(6), 2977–2995. <https://doi.org/10.47476/as.v5i6.2983>
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 177–186. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4228>

- Hanifah, A. N., & Nurmansyah, A. A. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Toko Dunkin' Donuts Di Kota Bandung. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 4232–4240. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.12017>
- Hidayat, A., Belakang, L., Mild, S. P., Exclusive, S., & Ping, T. P. (2024). *E-Jurnal Surplus (Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan)* PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG. 4(1), 390–399.
- Irfan Syahroni, M. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56. <https://doi.org/10.62552/ejam.v2i3.50>
- Irvan, I. A., Nathaniel, N. I. L., Verdi, V. I. R., & Krisna, L. K. A. S. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Counter Indo Cell Kudus. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 84–95. <https://doi.org/10.51277/keb.v18i2.167>
- Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, D., Zuhdi, R., Kesuma, M., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala, P. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Usaha Food and Beverage Dongdongg.Id Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(3), 554–570.
- Kusumadewi, N., & Saraswati, T. G. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee Dan Tokopedia the Effect of Customer Satisfaction on Repurchase Interests At the Scarlett Official Store At Shopee and Tokopedia). *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6476–2489.
- Lestari, N. I., & Iswati, H. (2021). The Effect Of SMEs Product Quality And Social Media On Repurchase Interest With Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *Kurs :Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(1), 24–40.
- Liantifa, M., Permaisuri, N. A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Alam, S. (2024). *CUSTOMER ATTITUDE SEBAGAI PEMODERASI KOREAN WAVE , ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING*. 18(1), 396–407.
- Linawati, L., & Sofiati, S. (2021). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Elektronik Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 19–38. <https://doi.org/10.51277/keb.v16i1.83>
- Mardikaningsih, R. (2021). Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 64–73.

<https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v4i1.58>

- Muetya, sena G., Rifai, M., & santoso, teguh, panji, M. (2022). NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial °Perpajakan. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(4), 1483–1490.
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nadiya, A. F., & Ishak, A. (2022). Analisis Niat Beli dan Perilaku Konsumen terhadap Produk Perawatan Kulit Ramah Lingkungan. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(03), 186–204.
- Nola, N., Akhmad, I., & Fikri, K. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Lipstik Wardah Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Fajar Kosmetik Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah MahasiswaMerdeka EMBA*, 2(1), 226–235.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Permatasari, V. A., Haziroh, A. L., & Panjaitan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Scarlett Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Kampus Swasta Di Kota Semarang). *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 384–394.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEAENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Putra, P. (2021). Pengaruh Brand Equity dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fiesta Chicken Nugget. *Amsir Management Journal*, 1(2), 71–80. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.20>
- Ramdhani, D., & Widayari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi ...*, 4(3), 1651–1667.
- Rohana, P., N, A., & Aquino, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Daya Saing*, 9(3), 862–867. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i3.1602>
- Rohman, I. Z. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang. *Manajemen Dewantara*, 6(1), 53–60. <https://doi.org/10.26460/md.v6i1.11846>
- Rusnovia, H., & Aryani, L. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk,

- Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 1–13. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3329>
- Salsabila, H., & Hasbi, I. (2022). Pengaruh Brand Equity terhadap Minat Beli pada Produk Kosmetik Pixy di Kota Bandung. *Mirai Manajemen*, 7(1), 203–213.
- Salsabila, Y. Z., & Nurhajati, Budi, W. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association dan Brand Equity Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Emina Cosmetics. *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 82–94.
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 32–38.
- Septyarani, T. A., & Nurhadi, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 218–227. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15877>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 141.
- Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475–481. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28771>
- Shofi Asyaduddin Sakti, Febrina Hambalah, & Herman. (2022). Pengaruh Komunitas dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Motor Sport Kawasaki di Sidoarjo (Studi Pada Komunitas SINEVO). *Journal Of Accounting and Business*, 1(1), 70–88. <https://doi.org/10.30649/jab.v1i1.82>
- Simanjuntak, G. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Perceived Price, dan Brand Image terhadap Niat Membeli Konsumen TV dari Jepang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen. *Jesya*, 6(2), 2351–2361. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1271>
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Studi Manajemen, P., & Bella Sylvani, A. (2023). *UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG PRODUK KOSMETIK WARDAH MELALUI FASHION LIFESTYLE DAN LABEL HALAL DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING SKRIPSI Untuk memenuhi sebagian persyaratan Mencapai derajat Sarjana S1*.

- Suryaningtyas, A. P., Bassalamah, M. R., & Nanik, W. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Product Quality Terhadap Pembelian Ulang Ice Cream Mixue. *Riset Manajemen*, 12(1), 1581–1589.
- Tarigan, J., & Nuvriasari, A. (2023). Pengaruh Loyalitas Merek Pengalaman Pelanggan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Scarlett. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 17369–17378.
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Tio Arkana, P. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya terhadap Pembelian Ulang (Studi Kasus Konsumen Sepatu Ventella di Surakarta)*. 4(2), 482–500.
- Vinolaningsih, R. (2020). *Pengaruh Healthy Consciousness , Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Skincare Sensatia Botanicals Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Skincare Sensatia*. 1–10.
- Welsa, H., Dwi Cahya, A., & Sekar Dwifa, R. (2024). Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Oleh Brand Equity (Studi Kasus Pada KFC Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.36985/3k9vtz87>
- Werdiastuti, P. E., & Agustiono, A. (2022). The effect of product quality and price toward repurchase intention at Taco Casa Bali during Covid-19 pandemic. *Asian Management and Business Review*, 2(2), 193–206. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol2.iss2.art7>
- Zullaihah, R., & Setyawati, H. A. (2021). Analisis Pengaruh Iklan, Identitas Merek, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Smartphone Merek Oppo di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 169–184.