

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, N., Hapshoh, A., Wusko, A. U., & Pasuruan, U. Y. (2025). *Pengaruh Augmented Reality Marketing , Online Customer Review , Persepsi Harga terhadap Purchase Decision dan Repurchase Intention (Studi pada Konsumen Maybelline Official Store di Shopee)*. 5(1), 10–18.
- Alfia, N., & Dwiridotjahjono, J. (2023). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah : Studi pada Pelanggan Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 5, 32–44. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i1.1284>
- Alicia, A., & Laulita, N. B. (2024). *Analysis of the Effect of Price and Quality on Repurchase Intention through Customer Satisfaction on Imported Vegetables in Batam*. 13(2), 656–669.
- Amelia Tahitu, A. R. T. V. M. F. (2024). *Pengaruh komunikasi organisasi terhadap gaya kepemimpinan lurah milenial di kota ambon 1,2,3*. 6(1), 53–72.
- Angelina, N., & Supriyono. (2024). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN BRAND TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA CUSTOMER CGV DI SURABAYA JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(3), 1703–1715.
- Anggraini, R. (2022). *Analisis Pengaruh Faktor Brand Image , Food Quality , Price dan E-Wom terhadap Repurchase Intention pada Oleh-Oleh Khas Kota Batam*. 5(2), 1214–1226.
- Ani, J., Lumanauw, B., Tampenawas, J. L. A., Merek, P. C., Dan, P., Layanan, K., Pembelian, K., Pada, K., Ani, J., Lumanauw, B., & Ratulangi, U. S. (2021). *TOKOPEDIA DI KOTA MANADO THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE , PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON TOKOPEDIA E-COMMERCE IN MANADO CITY Oleh : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Jurnal EMBA Vol . 9 No . 2 April 2021 , Hal . 663-674*. 9(2), 663–674.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. 4, 39–50.
- Asmoro, A. K., & Nuvriasari, A. (2022). *KAJIAN MINAT BELI ULANG SECARA ONLINE PADA GENARASI Z DENGAN PERCEIVED RISK, KEPERCAYAAN, DAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL ANTESEDEN*. 11(4).
- Ayu, D., Prajna, A., Gde, P., Yudhistira, A., & Ketut, N. (2022). *The Effect of Brand Positioning , Brand Image , and Perceived Price on Consumer Repurchase Intention Low-Cost Carrier*. 0.
- Ayu, K., Adistania, M., Nyoman, N., & Yasa, K. (2022). *The Role of Customer Satisfaction as Mediating Variable on the Effect of Brand Image towards Coffee Shop Customer ' s Repurchase Intention*. 7(2), 149–154.
- Azzahra, S., & Fachira, I. (2022). *The Influence of Bring Back Our Bottle Program on The Body Shop Indonesia Brand Image , Brand Trust , Brand Love and*

- Brand Loyalty*. 4(3), 283–295.
- Bani, M. D. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF : TEORI DAN PRAKTIK* (Issue September).
- Bugis, S. W., & Anggraini, T. (2023). *Pengaruh Tingkat Pengetahuan , Kualitas Layanan , Sosialisasi Produk dan Literasi Nasabah terhadap Eksistensi Bank Syariah Indonesia (BSI) di Tapanuli Tengah*. 9(01), 841–846.
- Chandra, J. R., Adiwijaya, M., & Jaolis, F. (2023). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCES DAN BRAND TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION DENGAN MODERASI SALES PROMOTION PADA SPBU SHELL SURABAYA*. 17(1), 41–52.
- Dewi, W., Sutanto, R., & Trust, B. (2024). *The Role of Brand Trust , Brand Image , Brand Equity on Repurchase Intention*. 119–128. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2395>
- Dharmawan, D. (2023). *Analysis Of The Influence Of E-Word Of Mouth , Brand Image And E-Service Quality On Repurchase Intention Of Digital Bank Customers*. 9(6), 2606–2612.
- Ellitan, L. (2022). *Journal of Entrepreneurship & Business*. 3(2), 104–114. <https://doi.org/10.24123/jeb.v3i2.4801>
- Fadhlurrahman, A., & Tantra, T. (2023). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRANDIMAGETERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANANLINKAJA*. 7(2), 1457–1473.
- Faozi, R. N., & Susilowati, I. (2021). *Pengaruh brand positioning, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian handphone merek oppo*. 4(September).
- Fathorrahman, Kurdi, M., & Liyanto. (2024). *PENGARUH BRAND POSITIONING DAN PREFERENSI*. 5, 28–39.
- Fattah, I. S., & Sugito. (2023). *Benefits Of Brand Positioning In Total Clean Laundry In Tenggilis Mejoyo Village Surabaya City*. 1(4).
- Fetrina, E., & Azmina, H. Y. (2025). *EVALUASI USABILITY LAYANAN VIDEO KONFERENSI BERBASIS ONLINE MENGGUNAKAN QUESTIONNAIRE NIELSEN ' S ATTRIBUTES OF USABILITY (STUDI KASUS : MAHASISWA AIESEC IN UIN JAKARTA UNTUK KEGIATAN VOLUNTEERING HIBRIDA TAHUN 2023-2025)*. 6, 228–236.
- Florendiana, T. R., & Hariasih, M. (2023). *Pengaruh Customer Satisfaction Digital Marketing dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention*. 9(1), 124–140.
- Forester, B. J., Idris, A., Khater, A., Afgani, M. W., Isnaini, M., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2024). *Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas Quantitative Research : Data Reliability Test*. 4(3), 1812–1820.
- Hakim, R. Al, Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). *VALIDITAS DAN RELIABILITAS ANGKET MOTIVASI BERPRESTASI Riko Al Hakim 1 , Ika Mustika, 2 , Wiwin Yuliani 3 I*. 4(4), 263–268. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). *Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image*. June. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.546>
- Haryanto, T., & Harsono, M. (2022). *Brand Image dalam Kajian Filsafat Ilmu*.

3(2), 115–130.

- Liyono, A. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE , ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E- WOM) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AIR MINUM GALON CRYSTALLINE PADA PT . PANCARAN KASIH ABADI*. 3(1), 73–91.
- Maramis, J. B., Bella, J. E., Maramis, J. B., & Rumokoy, L. J. (2024). *J . E . Bella ., J . B . Maramis ., L . J . Rumokoy . PENGARUH DIVIDEND PAYOUT RATIO , DEBT TO EQUITY RATIO , DAN FIRM SIZE TERHADAP KEPUTUSAN SHARE REPURCHASE PADA PERUSAHAAN INDEKS KOMPAS100 YANG TERDAFTAR DI BEI THE EFFECT OF DIVIDEND PAYOUT RATIO , DEBT TO EQUITY RATIO , AND FIRM SIZE ON SHARE REPURCHASE DECISIONS IN KOMPAS100 INDEX COMPANIES LISTED ON THE IDX Jurnal EMBA Vol . 12 No . 4 Oktober 2024 , Hal . 237-249*. 12(4), 237–249.
- Mayasari, A. K., & Swarnawati, A. (2024). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Positioning terhadap Minat Beli Tehman (Survei pada Followers Instagram @ Tehman . Tea)*. 8, 12196–12207.
- Mulyawati, S. A., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen pada Jeans Brand Jiniso di Marketplace Shopee*. 3(03), 305–315.
- Musayadah, A., & Utami, B. (2023). *Pengaruh Brand Trust Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Scoopy Di PT . Tunas Dwipa Matra Mojosari*. 3.
- Namiroh, H. A., Ahmadi, M. A., & Surakarta, U. M. (2025). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Solo*. 3.
- Ngiu, S. M., & Purnama, K. A. (2024). *DAYA TARIK GOFOOD : STRATEGI BRAND POSITIONING YANG MENUMBUHKAN LOYALITAS KONSUMEN DI JAKARTA*. 1, 1–13.
- Nugroho, A., & Indriani, F. (2021). *ANALISIS FAKTOR BRAND LOYALTY TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PRODUK BEAUTY DAN PERSONAL CARE (STUDI KASUS : THE BODY SHOP)*. 10, 1–15.
- Prahiawan, W., Fahlevi, M., Juliana, J., Tampil, J., & Apri-, S. (2022). *International Journal of Data and Network Science The role of e-satisfaction , e-word of mouth and e-trust on repurchase intention of online shop*. 5(2021), 593–600. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.008>
- Putri Melati, A., Utari, D., Aktarina, D., & Jannah, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Kegunaan Terhadap Brand Image Pada Produk GEELA di JM GROUP Lemabang Palembang Ajeng Putri Melati 1 , Dian Utari 2 , Destia Aktarina 3 , Miftahul Jannah 4 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mulia Darma Pratama*. 7(1).
- Rachmad, Y. E., Meliantari, D., & Akbar, I. (2023). *The Influence of Product Quality , Promotion and Brand Image on Brand Trust and Its Implication on Purchase Decision of Geprek Benua Products*. 7(3), 597–604.
- Ramadhani, F. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Citra Merek , Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Mcdonald ' s Di Kota Mojokerto)*. 6(1), 774–789.

- Rizky, A. M., & Yunita, D. (2023). *Pengaruh Promosi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian ShopeeFood*. 12(2022). <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v12i2.19154>
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa*. 04(September), 494–505.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Salamah, A., & Falah, M. S. (2024). *Strategi Kepala Madrasah Dalam Membangun Brand Image Madrasah*. 13(2), 204–217.
- Shihab, M. S., Azmi, M., Zahrudin, M., & Lazirkha, D. P. (2022). *The Effect Of Advertising , Sales Promotion , And Brand Image On Repurchasing Intention (Study On Shopee Users)*. 3(2), 76–85.
- Sindarto, J., Ellitan, L., & Agung, D. A. (2023). *The Influence of Brand Image and Product Innovation on Customer Repurchase Intention Through The Mediation of Customer Satisfaction Towards Indomie*. 04(01), 32–45. <https://doi.org/10.24123/jeb.v4i1.5275>
- Sintia, I., Pasarella, M. D., & Nohe, D. A. (2022). *PERBANDINGAN TINGKAT KONSISTENSI UJI DISTRIBUSI NORMALITAS PADA KASUS TINGKAT PENGANGGURAN DI JAWA*. 322–333.
- Sofia, G., C, G., Listyorini, S., & Wijayanto, A. (2024). *TERHADAP REPURCHASE INTENTION PRODUK MAKARIZO (Pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro Pengguna Produk Makarizo) Pendahuluan Kerangka Teori*. 13(3), 579–586.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau*. 1, 24–36.
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., & Panatap, J. (2024). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi , Sampel , dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*. 3(1), 1–12.
- Teni, & Yudianto, A. (2021). *PENGARUH MOTIVASI BELAJAR TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA KELAS VII SMP NEGERI 2 KEDOKAN BUNDER KABUPATEN INDRAMAYU*. 2(1), 105–117.
- Usadha, I. D. N., & Sucandrawati, A. S. (2024). *IMPLEMENTASI METODE WEBQUAL PADA KUALITAS PELAYANAN WEBSITE GRAB*. 07(01), 180–189.
- Vendhi, A., Iskandar, I., Bashit, A., & Agustini, U. (2022). *Analisis Pengaruh Keselamatan Kesehatan Kerja (K3) Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan dengan Metode Uji Regresi Linear Berganda di PT Hitachi Power System Indonesia*. 4(2), 86–97.
- Wardana, W., & Dirgantara, I. M. B. (2023). *Analysis of the Effect of Brand Image , Service Quality , and Perceived Risk on Repurchase Intention Through Trust Syaria as an Intervening Variable at the " Ludeabaya " Semarang Online Store*. 9(02), 2918–2928.
- Widyastuti, Z. O., & Hidayat, D. S. (2022). *ANALYSIS OF INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY TO THE REPURCHASE INTENTION MEDIATED BY*. 2022(4), 2197–2208.
- Yogi, M., Mansur, Z., & Dermawan, R. (2024). *SEIKO : Journal of Management*

& Business Pengaruh Brand Positioning Dan Brand Personality Terhadap Purchase Intention Pada Restoran Mie Gacoan Cabang Merr Kota Surabaya. 7(2), 1513–1524.

Zakia Indri, F., & Hamdani Putra, G. (2022). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN KONSENTRASI PASAR TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2016-2020.* 2(2).

Zakiyah, A., & Hariasih, M. (2023). *Keputusan Pembelian ditinjau dari Brand Trust , Digital Marketing dan Online Customer Review (Studi Kasus Pada Mie Gacoan Sidoarjo).* 6(2), 113–126.
<https://doi.org/10.35326/jiam.v6i2.4062>.Keputusan