

DAFTAR PUSTAKA

- Alamudi, F. F., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Warung Jumbo Secara Online Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(12), 1–14.
- Ananda, M. R., & Amirudin, A. (2023). Pengaruh Nilai Yang Dirasakan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Mengunjungi Kembali. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 255–268. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i2.927>
- Andalusi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada konsumen PT.BCA Finance, Kantor Pusat Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 80. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.10740>
- Angelina, N., & Supriyono. (2024). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Pada Customer Cgv Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(3), 1703–1715.
- Arbaini, P., Wahab, Z., & Widiyant, M. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- Astuti, N. L. G. S. D. (2025). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Utilitarian Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Booking Online (Study Kasus Pada Platform Tiket.Com). *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 9(1), 231–241. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v9i1.1735>
- Cleavelano, A., & Evyanto, W. (2024). Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Tissue Merek Multi di Kota Batam. *ECo-Buss*, 6(3), 1043–1054. [http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/2632%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/2632/1/Cover s.d bab III.pdf](http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/2632%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/2632/1/Cover%20s.d%20bab%20III.pdf)
- Cung, F. G., Setianingsih, R., & Liaw Bunfa. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kepuasan terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Shopee. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 52–67. <https://doi.org/10.46806/jm.v12i2.979>
- 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>
- Destrina, A. A., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gocar Di Kota Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2639–2646. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Fakhri, R. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Buku Fadira Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis (Riau Economics and Business Review)*, 13(3).
- Firdah, M., Prima, F., & Uslianti, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review,

- Celebrity Endorsement Dan Tiktok Ads Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Pada Scarlett Whitening. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 6(2), 22–29. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/article/view/59304>
- 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), 124. <https://doi.org/10.35906/jurman.v9i1.1491>
- Irwanto, M. R., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Niat Pembelian Ulang Konsumen Shopee Saat Pandemi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 289–302. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.17438>
- Jasmine, J., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Online Di Tiktok. *ECo-Buss*, 6(2), 431–446. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i2.621>
- Khairani, D. A., & Suwitho. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepuasan, dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan pada Aplikasi Warung Pangan di PT Bhanda Ghara Reksa (PERSERO). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(1), 1–13.
- Nugraha, A. A., & Laily, N. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Social Media, Dan Trust Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Pengguna Shopee di Surabaya Barat). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(5), 1–14.
- Pitaloka, A. D., Hartoyo, H., & Ali, M. M. (2022). Factors Affecting Repurchase Intention Vegetables Through The E-Commerce Platform In Jabodetabek. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 314–326. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.1.314>
- Pratama, C. S., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Air Kemasan Merek Yeh Buleleng Di Kota Singaraja. *Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 180–187. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Prospek/article/view/39750>
- Razati, G., Putri, A. S., & Wibowo, L. A. (2024). The Influence of Brand Trust on the Repurchase Intention in Skin Care Industries. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 9(September), 219–229.
- Sa'dam, A. A., & Albari. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Nilai yang Dirasakan terhadap Preferensi Merek dan Niat Beli Ponsel Merek Samsung di Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(01), 156–168. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Sabda, L. F. N., & Kussudyarsana. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Niat Beli Produk Sarana Pertanian melalui Aplikasi Shopee di CV Gunung Subur. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 28(2), 130. <https://doi.org/10.20961/jkb.v28i2.81240>
- Safitri, K., & Widiati, E. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Rating, dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Konsumen pada Aplikasi Tokopedia. *Manajerial: Jurnal Manajemen Dan Sistem Informasi*, 21(2), 153–160. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>

- Salsabila, F., & Fitria, S. (2023). Analisis Perkembangan Bisnis Skincare Dengan Menggunakan Live Streaming Tiktok Sebagai Media Promosi (Studi Pada Brand Skincare Lokal Alldays). *Diponegoro Journal of Management*, 12(4), 1–12.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/41827>
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/41827/30209>
- Saputri, S., Titing, A. S., & Kurniadi, H. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Keterlibatan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Ms Glow. *GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management)*, 1(4), 325–339.
- Sari, L. P., Mardiah, & Derajat, S. P. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang. *Jurnal Krakatau*, 3(1), 83–90. <http://jurnal.desantapublisher.com/index.php/krakatau/index>
- Simangunsong, E., Sinaga, R. V., & Manihuruk, Y. P. U. (2022). Pengaruh Prediktabilitas Merek, Kesukaan Pada Merek, Kompetensi Merek, Reputasi Merek Dan Kepercayaan Pada Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek Honda. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 22(September), 314–333.
<https://doi.org/10.54367/jmb.v22i2.2138>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (ed.); ke 2). Alfabeta.
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Erlin Beliya Syahputri. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>
- Sutanto, W. D. R., & Kussudyarsana, K. (2024). The Role of Brand Trust, Brand Image, Brand Equity on Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), 119–128. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2395>
- Ummah, M. S. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Esqa Yang Dimediasi Wom Marketing. *Sustainability (Switzerland)*, 7(2), 1–14.
<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005>
https://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wahyuni, E., Munthe, R. S., Zarkasih, A., & Mandili, I. (2022). Effect of Online Reviews, Brand Image, and Trust on Purchase Intention Case Study: Purchasing Beauty Products Via Marketplace. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 10784–10791.
<https://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/4893>
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 172–186.
<https://doi.org/10.33369/insight.17.2.172-186>
- Wijaya, Y. R., & Tjahjaningsih, E. (2022). Analisis Faktor Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Niat Beli Ulang. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 201–211. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i2.615>

- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80–93. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>
- Zulaiha, A. R., & Yulianto, A. E. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(2), 1–16.