

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Adithya Fajar (2017) .”Pengaruh Experiential Marketing dan Brand trust terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan Hotel Grand Jatra Pekanbaru.JOM Fekom Vol. 4 N0.1
- Adiwiidjaja Julio, A. dan Z. J. H. T. (2017) ‘Pengaruh Brand Image dan BrandTrust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse’,*Ekonomi Bisnis*, 5(3), pp. 1–10.
- Afzal, H., Khan, M. A., Rehman, K. ur, Ali, I., & Wajahat, S. (2014). Consumer’s Trust in the Brand: Can it be built through Brand Reputation, Brand Competence and Brand Predictability. *International Business Research*, 3(1).
- Ahmed, Z. (2014). Effect of Brand Trust and Customer Satisfaction on Brand Loyalty in Bahawalpur. *Journal of Sociological Research*, 5(1), 306-326.
- Ariyan, H. (2013). Pengaruh brand awareness dan kepercayaan konsumen atas merek terhadap keputusan pembelian ulang minuman Aqua di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*, 2(01), 1-11.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aswan, Muhajirin, N. K. H. (2024). Pengaruh Ketersediaan Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor HONDA di Dealer PT. Astra Motor. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 2(3), 169–189. <https://doi.org/10.59841/excellence.v2i3.1713>.
- Astuti, Y., Sari, W., & Manurung, H. P. (2021). Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sabun Lifebuoy (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Rahuning). *Jurnal Sains Ekonomi*, 12–21.
- Buchory., A, dan Saladin, D. (2018). *Strategi Brand Marketing*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 1–8.

- Bulele, E. Y. (2016). Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(03), Hal.258-269.
- Conlon, C., & Mortimer, J. (2010). Effects of product availability: experimental evidence. *Journal of Business Management and Economic Studies*. 1-41.
- Delgado, B., Elena, dan Jose (2005). "Does brand trust matter to brand equity" *Journal of Product & Brand Management*, Vol 13, Number 3 (14/3).
- Dewi, P. S. A., & Suprpti, N. W. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek (Studi Pada Produk Smartphone Merek Oppo). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 87. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2018.v12.i02.p01>.
- Dumortier, J., Evans, K. S., Grebitus, C., & Martin, P. A. (2017). *The Influence of Trust and Attitudes on the Purchase Frequency of Organic Produce*. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 29(1), 46–69.
- Fauzan, F. S. D. (2024). *Pengaruh Ketersediaan Produk, Food Quality, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti AOKA di Kebumen* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Fauziyah, S. (2016). Pengaruh *Brand Trust* Dan *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah (Survey Konsumen Pada PT Paragon Technology And Innovation Cabang Pekanbaru). *JomFisip*, 3(2),1–9.
- Febrianti, M. C., & Fitra, J. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Roti Gembong Gedhe di Gombang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 6(2), 184-202.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* Edisi Delapan. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* Edisi Sembilan. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunantha, I., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms. Glow Beauty (Studi Pada Konsumen Ms. Glow Beauty Di Kota Semarang. *SEIKO Jurnal of Manajement and Business*, 3(3), 649. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2087>
- Hafidh Fauzi, D. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790–800.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Jandri, D., Ali, A., Salis, M., & Putra, R. (2022). the Effect of Product Availability, Selling Price and Service on the Purchase Decision of Semen Padang Products At Reza Building Shop in Airtiris. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 4(2), 202–212. <https://doi.org/10.55768/jrmi.v4i2.132>.
- Jefkins, Aurora. 2014. Organisasi dan Sumber Pemasaran. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Jimmy, J., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Personal Selling, Promosi dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Advan PT Maju Telekomunikasi Batam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 90. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.918>.
- Kasiha, W. N. T., Lumanauw, B., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh Brand Experience, Affective Commitment , dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Cafe Ngopi Jo Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 644–655.
- Komalasari, A. C. (2024). *Pengaruh Product Quality, Brand Trust, dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Yakult di Kabupaten Kebumen (Studi pada Konsumen Yakult Lady)* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Kotler, P. (2009). Manajemen Pemasaran 1. In Indeks Kelompok Gramedia (13th ed.). Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. 2006. Manajemen pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. (2000). Marketing Management. New Jersey : Prentice Hall.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing* (alih Bahasa Damos Sihombing). 13e. Pearson Education, Inc. New Jersey.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2014). *“Principles Of Marketing.”* 12th Edition, Jilid I Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Bensu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 3(1), 8–16. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>.
- Mahardika, R., & Maduwinarti, A. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Obat Herbal CV Asgindo Jamu di Jombang. *Seminar Nasional ...*, Vol. 1, No, 196–200. <https://conference.untagsby.ac.id/index.php/snhs/article/download/855/343>
- Markethac. (2024). Data Penjualan Sosis dan 8 Top Brand Terlaris di Ecommerce Indonesia: <https://markethac.id/case-study/data-penjualan-sosis-dan-8-top-brand-terlaris-di-ecommerce-indonesia>.
- Martha, L., & Maini, D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Di Tjahaja Baru Surantih. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1172–1192. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.150>
- Muliawan Stanley, & Sugiarto Sugiono. (2018). Pengaruh Food Quality dan Ketersediaan Produk Terhadap Repurchase Intention Produk Sari Roti di Surabaya. *Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra*, 3(1), 1–6.
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial. In Pustaka Setia.
- Prisnawati, L. R. (2021). *Pengaruh Viral Marketing, Kualitas Produk, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Hot Chicken Flavor Ramen Di Kabupaten Kebumen*. 1–9.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.

- Saputra, R. Y. B., & Lusia, A. (2023). Pengaruh Brand Loyalty, Brand Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Tri Di Solo Raya. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 71–82. <https://doi.org/10.25134/ijsm.v6i2.7900>.
- Sari, A. A. (2022). *Pengaruh Green Product Knowledge, Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Simamora, J., Gunawan, E., Harnjo, E., Afriani, D., & Sentosa, S. (2024). *The Effect of Service Quality and Product Availability Towards Customers Repurchase Decision at UD. Appolo Motor*. 7(2), 739–748. <https://doi.org/10.56338/jks.v1i1.449>.
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.
- Stanley, S., & Wasiman, W. (2024). the Influence of Product Availability, Packaging and Labels on Rice Purchasing Decisions At Pt Aroma Nusajaya Karya in Batam. *Dynamic Management Journal*, 8(2), 326. <https://doi.org/10.31000/dmj.v8i2.10702>.
- Sugiharto, S., & Renata, M. (2020). Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Studi Kasus Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Cleo Didaerah Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 53(9 (AMDK)), 1689–1699.
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*,Bandung: ALFABETA.
- _____.(2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*,Bandung: ALFABETA.
- _____.(2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: ALFABETA.
- _____.(2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____.(2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suliyanto. (2011) *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Sofya, D. N., & Purwanto, S. 2021. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang “Slai O’lai.” In JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan) (Vol. 6, Issue 3, p. 28). Universitas Hasanuddin.
- Wahyudi, Y. H., Kristanti, D., & Nurbambang, R. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri. *Riset Bisnis Ekonomi*, 1(1), 48–67. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/risk/article/view/1389/1278>.
- Yulianto. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kentucky Fried Chicken (Kfc) Surabaya.
- Zulkarnain, M. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 38–44. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.198>

