

DAFTAR PUSTAKA

- Ang, C. E., & Keni, K. 2021. Prediksi Brand Experience Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty: Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 42. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11286>
- 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.
- 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. <http://jurnal.una.ac.id/index.php/jse/article/view/2257/0>
- Atmaja, N. P. C. D., & Menuh, N. N. 2019. Peran Mediasi Brand Trust Pada Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Prosiding*, 1, 1–12.
- Bambang, A., & Heriyanto, M. 2017. *Pengaruh brand equity dan brand trust terhadap loyalitas konsumen mobil merek toyota kijang innova (survey konsumen pada dealer pt. Agung automall cabang sutomo pekanbaru)*. Riau University.
- Brakus, J.J., Schmitt, B.H. And Zarantonello, L. 2009. “Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty?”, *Journal Of Marketing*, Vol. 73, No. 3, Pp. 52-68.
- Buchory., A, dan Saladin, D. 2018. *Strategi Brand Marketing*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Cetin, G & Dincer, FI. 2014. “Anatolia : An International Journal of Tourism and Hospital Research Influence of Customer Experience on loyalty and word of mouth in hospital operations “. *Journal of Tourism & Hospitality*, Volume 25 , Hal 37-41.
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. 2022. Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating: The Influence Of Brand Image And Service Quality On Repurchase Decisions With Customer Satisfaction As Moderating Variables. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 50–62.
- Dwi, A. W. 2019. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Produk Batik Mukti*

Rahayu” Di Kabupaten Magetan. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dzulkharnain, E. 2020. Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2).

Fadhallah, R. A. 2021. *Wawancara*. Unj Press.

Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: BPF Universitas Diponegoro.

_____. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Ketujuh. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.

_____. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Handayani, D. K., Chasanah, U., & Zuraida, L. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Wedang Uwuh Dengan Label Sertifikasi Halal Mui*. STIE Widya Wiwaha.

Hermawan, I. 2019. *Metodologi penelitian pendidikan (kualitatif, kuantitatif dan mixed method)*. Hidayatul Quran.

Iglesias, O., Markovic, S., & Rialp, J. 2019. How does sensory brand experience influence brand equity? Considering the roles of customer satisfaction, customer affective commitment, and employee empathy. *Journal of Business Research*, 96(May), 343–354. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.05.043>

Indrasari, Y. 2020. Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Di Desa Gending Waluh Kecamatansempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–50. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.44-50>

Ismail, A. 2021. *Pengaruh Kepercayaan Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sari Roti di Kabupaten Kebumen)*. Universitas Putra Bangsa.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management -14/E*, Harlow, Pearson Education

Kuncoro, M. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Kusuma, Y. S. 2014. Pengaruh brand experience terhadap brand loyalty melalui brand satisfaction dan brand trust Harley Davidson di Surabaya. *Jurnal*

Strategi Pemasaran, 2(1), 1–11.

- Lau, G. T. and Lee, S. H. 1999. “Consumers’ Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty,” *Journal of Market Focused Management*, 4:341-370
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. 2022. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727.
- McKnight, D. H., Choudhury, V. & Kacmar, C., 2002. The impact of initial Customer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model. Elsevier Science B.V, *Journal of Strategic Information Systems*, Volume 11, pp. 297 -323.
- Novrian, Y., Farida, N., & Prabawani, B. 2021. *Pengaruh Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Tolak Angin di Kota Semarang)/48/adbis/2021*. Faculty of Social and Political Science.
- Nugroho, E. 2018. *Prinsip-prinsip menyusun kuesioner*. Universitas Brawijaya Press.
- Nurhayati, S. 2020. Pengaruh Brand Trust, Brand Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(2), 188–198.
- Pratiwi, R., Farida, N., & Prabawani, B. 2015. Pengaruh Customer Perceived Value Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Brand Experience (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Tipe Bebek Di Kecamatan Pedurungan, Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 333–343.
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: BPF.
- Pride, W.M., and Ferrel. 2010. *Marketing. Fiftinth Edition Canada: South Western International Edition*.
- Razak, Ismail dkk. 2019. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1-14.
- Santoso, J. B. 2019. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146.
- Sari, D. P. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen

- Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533.
- Septianingrum, A. D. 2021. *Pengaruh Celebrity Endorsement dan Quality Product terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Meika Hijab sebagai Variabel Intervening (Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen)*. Universitas Putra Bangsa.
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. 2021. Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat. *Jurnal EMBA*, 9(4), 841–850.
- Simamora, Bilson. 2015. *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarno, G. S. 2005. *Pengaruh Pengorbanan dan Kualitas Layanan*. Ekuitas.
- Sunaryo, N. F., Tjandra, A. K., Perhotelan, M., & Petra, U. K. 2014. Analisis faktor-faktor pembentuk komponen. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2(1), 1–15
- Sutrisno, Hadi. 2004. *Methodology Research*. Jilid 3. Yogyakarta: Andi Offset
- 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. <https://doi.org/10.32503/jmk.v6i3.1871>
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offsct. Yogyakarta.
- Swari, N. I. K. S. R. I. R. 2023. *Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Mixue Di Kota Denpasar*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Wahyudi, Y. H., Kristanti, D., & Nurbambang, R. 2020. Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri. *RISK: Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1(1), 47–67.

Wijaya, R. A., Pratiwi, H., Sari, D. P., & Suciati, D. 2021. Pengaruh Penghindaran Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Leverage Sebagai Variabel Kontrol Pada Perusahaan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekobistek*, 9(1), 29–40. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i1.63>

Zulkarnain, M., & Abdul, L. 2021. Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Bus. Innov. Entrep. J*, 3(1), 38–44.

