

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Hamid, M. R., Sami, W., & Sidek, M. H. M. (2017). Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT Criterion. *Journal of Physics: Conference Series*, 890(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>
- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Mayasari, H. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(3). <https://ojs.units-pdg.ac.id/index.php/manajemen/article/view/215/100>
- Ananda, A. N., Jamiat, N., & Pradana, M. (2021). The Influence of Product Quality on Repurchase Interest in Nature Republic. *International Journal of Management*, 8(2), 1440–1449. <https://doi.org/10.34218/IJM.12.3.2021.007>
- Bagus, A., Ratna, N., & Imam, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 32–38. <https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium/article/view/55/44>
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)* (Abdul Rofiq (ed.)). CV. Jakad Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=riAzEAAAQBAJ>
- Bintang, I. (2021). *Menyoal Data Pertumbuhan Ekonomi 7,07% Kuartal 2 - 2021 | kumparan.com*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/ilham-bintang/menyoal-data-pertumbuhan-ekonomi-7-07-kuartal-2-2021-1wHHjCuacal>
- Cuong, D. T. (2022). The Relationship Between Product Quality, Brand Image, Purchase Decision, and Repurchase Intention. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 299, 533–545. https://doi.org/10.1007/978-3-030-82616-1_44
- Darni, S., & Marlina. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Handphone Merek Oppo di Kota lhoksukon Kabupaten Aceh*

Utara. 4(4), 51–58.

Djoko Adi Walujo, Titiek Koesdijati, & Yitno Utomo. (2020). *PENGENDALIAN KUALITAS* (Djoko Adi Walujo (ed.)). Scopindo Media Pustaka. https://www.google.co.id/books/edition/PENGENDALIAN_KUALITAS/govUDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=kualitas+produk&printsec=frontcover

Fauziah, W. (2020). The Effect of Product Quality towards Repurchase Intention “Roti Kembang.” *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 20(1), 33–39.

Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa: Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan* (Achmad Fauzi (ed.)). Duta Media Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Kualitas_Jasa/gdf7DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=kualitas+produk&printsec=frontcover

Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40–57. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3627548>

Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (Issue 9). CAPS. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/18304/slug/marketing-dan-kasus-kasus-pilihan.html>

Herdiany, M., & Yuliati, A. L. (2019). PENGARUH BRAND PERFORMANCE TERHADAP REPEAT PURCHASE DENGAN COMPETITIVE ADVANTAGE DAN CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA APPLE IPHONE. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp101-110>

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Refika Aditama.

Indrawati et. al. (2017). *Perilaku Konsumen Individu: dalam Mengadopsi Layanan*

Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi. Refika Aditama.

Irma. (2021). *Pengertian Globalisasi: Proses, Karakteristik Dan Dampak Globalisasi* - *Gramedia Literasi*. Gramedia Blog.
<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-globalisasi/>

Jansen. (2019). Pengaruh Service Attributes Terhadap Overall Satisfaction Dan Membership Renewal Intention Member Knockout Boxing Camp Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Jayani, D. H. (2021). *Ekspor dan Impor Indonesia Melonjak pada Agustus 2021* / *Databoks*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/15/ekspor-dan-impor-indonesia-melonjak-pada-agustus-2021>

K. W., N. I., & Pebrianto, R. (2020). Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pond's Men. *Sasanti: Journal of Economic and Business*, 1, 55–66.

Ketut, Y. I. (2018). The Role of Brand Image Mediating the Effect of Product Quality. *RJOAS*, 11(November), 172–180.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Vol. 22). Pearson Education Limited.

Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
<https://journals.synthesispublication.org/index.php/Ilman/article/view/22>

Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3.

Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian* (9th ed.). Ghalia Indonesia.

- Nugroho J. Setiadi. (2019). *Perilaku Konsumen*. PrenadaMedia Group. https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen/DZLyDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=perilaku+konsumen&printsec=frontcover
- Nurfitriana, S., & Iriani, F. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Sebatik*, 22(2), 56–63. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v22i2.308>
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*, IV(2).
- Prabowo, H., Astuti, W., & Respati, H. (2020). *Effect of Service Quality and Brand Image on Repurchase Intention through Word of Mouth at Budget Hotels Airy Rooms*. 194–207. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2020.81012>
- Prasetya, E. G., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2018). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Progam Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 konsumen Air Mineral Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(2), 214–221.
- Putri, A. D. E., & Ramli, Y. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Memperhatikan Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Pada Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal SWOT*, IX(1), 11–21.
- Putu, I., Semadi, Y., & Ariyanti, M. (2018). The Influence of Brand Experience, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty of Abc-Cash. *Asian Journal of Management Sciences & Education*, 7(3), 12–23.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran* (T. F. Kiswanto (ed.); 1st ed.). Mulawarman University Press.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening.

Diponegoro Journal of Management, 6(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>

Riduwan. (2012). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. ALFABETA.

Rizal, A. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish Publisher.
https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Di_Era_Mas/RUvWDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=manajemen+pemasaran&printsec=frontcover

Rizaty, M. A. (2021). *Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen, Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris pada Agustus 2021 | Databoks*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021>

Salim, H., & Haidir. (2019). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis* (1st ed.). Kencana.
https://www.google.co.id/books/edition/Penelitian_Pendidikan_Metode_Pendekatan/2fq1DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1

Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2016). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (4th ed.). Routledge.

SECONDATE. (2020). *All About SECONDATE*.
<https://secondatebeauty.com/pages/about>

Secondatebeauty. (2020). *SECONDATE (@secondatebeauty) • Instagram photos and videos*. <https://www.instagram.com/p/B8ym6fmBP1u/>

Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 223–237.

<https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss3.pp223-231>

Situmorang, A. P. (2021). *Kemenperin Catat Penjualan Kosmetik Melejit Selama Pandemi, ini Alasannya* / *merdeka.com*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/uang/kemenperin-catat-penjualan-kosmetik-melejit-selama-pandemi-ini-alasannya.html>

sosiologis.com. (2018, March 15). *Objek Penelitian: Pengertian dan Contohnya*. <http://sosiologis.com/objek-penelitian>

Sudarijati, ., Andari, T. T., & Rosyada, R. (2020). Minat Beli Ulang Berbasis Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk (Kasus Pada Sate Maranggi Sn4444 Tajur Bogor). *Jurnal Visionida*, 6(2), 52. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3503>

Sugiyanto, & Maryanto, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Esa Unggul Pengguna Iphone. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(2), 10–23. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.453>

Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN KOMBINASI (MIXED METHODS)* (7th ed.). ALFABETA.

Sukawati, T., Sukawati, T., & Jatra, I. M. (2021). *Open Access The Influence of Service Quality, Product Quality, and Brand Image on Repurchase Intention of Rattan Products (Study on Bali Bagus Rotan)*. 3, 1–6.

Suprihanto, J. (2014). *Manajemen*. GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS. <https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen/5cdVDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&kptab=overview>

Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).

- Suryana, P. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang. *Trikonomika*, 12(2), 190–200. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/trikononika/article/view/479/276>
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Start Up. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian/rmL2DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=metode+penelitian&printsec=frontcover
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (Issue 9). ANDI. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/123937/slug/pemasaran-esensi-aplikasi.html>
- Wijayanto, D. (2012). *Pengantar Manajemen*. PT Gramedia Pustaka Utama. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Manajemen/c0hODwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1
- Wong, K. K. (2019). *Mastering Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS in 38 hours*. iUniverse.
- Yusoff, A. S. M., Peng, F. S., Razak, F. Z. A., & Mustafa, W. A. (2020). Discriminant Validity Assessment of Religious Teacher Acceptance: The Use of HTMT Criterion. *Journal of Physics: Conference Series*, 1529(4). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1529/4/042045>
- Zikmund, W., Babin, B., Carr, J., & Griffin, M. (2011). *Business Research Methods*. South-Western Cengage-Learning.
- Zunaini, R., Rejeki, A., & Sholichah, I. F. (2021). the Influence of Brand Image on Repurchase Intention on Cement Products in Store X. *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHIC)*, 2(4), 3552–3556.

Halaman ini sengaja dikosongkan.