

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, K., Fania, P. N., & Lia, N. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk terhadap Minat Beli Ulang Emina pada Official Store Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 1858-1358.
- Carr, Caleb T. and Hayes, Rebecca A. 2015. Social Media: Defining, Developing, and Divining, *Atlantic Journal of Communication*.
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap niat Minat Beli Ulang. *Sumber*, 5(65.682), 15-20.
- Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi,
- Fandiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 7(1), 21-42.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Semarang: Seri Pustaka Kunci 12.
- Hasan, Ali. 2018. *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Fifteenth ed.). England: Pearson Education Limited.

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kustianti, D. D. N. (2019). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan Minat Beli Ulang kartu seluler telkomsel. *Jurnal ilmiah Psikologi (Psikoborneo) Vol, 7*, 83-92.
- Lita, A. M. N., & Auliya, Z. F. (2019). Pengaruh Review Online, Kepercayaan Pada Web, Keamanan Bertransaksi Online, dan Privasi Terhadap Niat Minat Beli Ulang Pada Toko Online Lazada. *EBBANK, 10*(1), 17-28.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Michael Cross. (2013). *Pengertian Media Sosial Secara Istilah*. Bandung. Refika Aditama.
- Norhermaya, Y. A., & Soesanto, H. (2016). Analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang (studi pada online store lazada. co. id). *Diponegoro Journal of Management, 5*(3), 1105-1117.
- Rahdita, D. E. V. I. N. A., & Sanawiri, B. (2017). Pengaruh negative electronic word of mouth (Negative EWOM), dissatisfaction, dan variety seeking terhadap brand switching (Studi pada pengguna brand SK-II dalam forum Female Daily). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 52*(1), 190-197.
- Rohaeti, D., & Sudrartono, T. (2021). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MINAT BELI ULANG PRODUK HAWWA SKINCARE DI KABUPATEN BANDUNG. *VALUE, 2*(2), 1-10.
- Rosaliana, F. (2018). *Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Minat Beli Ulang (Survei pada Konsumen Jasa*

- GrabCar di Kota Malang*) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2014). *Consumer Behaviour*. London: Pearson
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Minat Beli Ulang. *JAMSWAP*, 4(4), 17-25.
- Suparyanto, R., dan Rosad, S. E. M. M., & SE, M. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41-53.
- Tim Penyusun. (2022). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*. Surabaya: Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Winata, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek terhadap Keputusan Minat Beli Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 25-32.
- Yi-Shuang Wu, Jeng-Chung Victor Chen (2013). *Electronic Word-Of-Mouth: The Moderating Roles Of Product Involvement And Brand Image*. Institute of Information Management, Taiwan
- Zhao et al., (2015). *Peningkatan Loyalitas Wisatawan Hotel Melalui Online Reviews dan Online Booking Intention*.