

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyan, M. I., Farida, N., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Citra Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* , 1-10.
- Azmi, H. (2018). Pengaruh e-WOM dan Brand Trust Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No. 11* , 40- 54.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen* , 1-18.
- Citra, T., & Santoso, . S. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek. *Diponegoro Journal Of Management* , 1-12.
- Dewi, R. S., Rahadhini, M. D., & Suprayitno. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 19* .
- Dwi Putranti, H. R., & Pradana, F. D. (2015). E-WOM, Kepuasan Konsumen dan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Minat Beli Konsumen. *Media Ekonomi dan Manajemen Vol. 30* .
- Ebrahim, R., Ghoneim, A., Irani, Z., & Fan, Y. (2016). A Brand Preference and Repurchase Intention model: The Role of Consumer Experience. *Journal Marketing Management* .
- Ekawati, M., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 14* , 1-8.
- Goh, S. K., Jiang, N., & Tee, P. L. (2016). The Impact of Brand Trust, Self-image Congruence and Usage Satisfaction toward Smartphone Repurchase Intention. *International Review of Management and Marketing* , 436-441.
- Hafizah, N., & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh The Public Good Dan Knowledge Self-Efficacy Terhadap Niat Konsumen Melakukan E-WOM. *Jurnal Mitra Manajemen Vol. 3* , 16-28.
- Hasanah, N. N. (2008). Pengujian Heteroskedastisitas Pada Regresi Non Linier Dengan Menggunakan Uji Glejser. *Skripsi* , 1-69.

- Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Entrepreneurship* , 80-101.
- Hidayatullah, M. R. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dukungan Selebritas dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi* , 1-33.
- Imansyah, & Irawan, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karaoke Inul Vizta Tanjung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* , 319-329.
- Liang, L. J., Choi, H. C., & Joppe, M. (2018). Exploring The Relationship Between Satisfaction, Trust And Switching Intention, Repurchase Intention In The Context of Airbnb. *International Journal Of Hospitality Management* , 41-48.
- Lin, L.-Y., & Chen, Y.-W. (2009). A Study On The Influence of Purchase Intentions on Repurchase Decisions The Moderating Effects of Reference Groups and Perceived Risks. *Journal of Marketing* , 28-48.
- Maharani, D. (2017). Pengaruh E-WOM Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Brand Image. *Skripsi* , 1-89.
- Maimah, R. (2012). Analisis Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Sikap Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Skripsi* , 1-58.
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris Pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 15* .
- Maulana, A. P. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi* , 1-29.
- Melinda, M., Sari, S. P., & Prasetio, S. M. (2018). Analisis Pengaruh E-WOM Terhadap Purchase Intention Pada Followers Akun Instagram Adorable Projects. *Jurnal e- Proceeding of Management* , 1659-1666.
- Naufaldi, M. R., & Martini, S. S. (2019). Pengaruh Website Quality Terhadap Perceived Flow, Customer Satisfaction dan Purchase Intention . *Jurnal e- Proceeding of Management Vol. 6* , 497-502.
- Nugraha, F. A., Suharyono, & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 1-7.

- Prasetyo, C. B., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh VLOG sebagai E-WOM Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 118-126.
- Putri, H., & Sastika, W. (2016). Pengaruh E-WOM Melalui Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Steak Ranjang Bandung. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM Sosial, Ekonomi dan Humaniora* , 637-643.
- Rahamak, M. D., & Rahayu, B. (2015). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris Dynamic Englis Course Pare. *Jurnal Ekonomi Bisnis* , 20-55.
- Rahmadewi, T., Farida, N., & Dewi, R. S. (2015). Pengaruh CRM dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Brand Trust Pada PT. Nasmoco Pemuda. *Jurnal Marketing* , 1-12.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sepatu Nike Running di Semarang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management* , 1-12.
- Reyna. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Internet Advertising Terhadap Pembelian Ulang Padan Flashy Bandung. *Skripsi* , 1-141.
- Ruslim, T. S., & Andrew, R. (2008). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention. *jurnal marketing* , 1-22.
- Saha, M. S. (2016). An Analysis of Internet Banking Service Quality Affecting Customer Satisfaction with a focus on United Commercial Bank Limited in Bangladesh. *Journal of Marketing and Consumer Research Vol. 20* .
- Saleem, M. A., Zahra, S., & Yaseen, A. (2018). Impact of Service Quality and Trust on Repurchase Intention The Case of Pakistan Airline Industry. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics* , 1-27.
- Semuel, H., & Chandra, S. S. (2014). Analisa Pengaruh Penerapan CSR terhadap Price Fairness, Trust, and Purchase Intention Produk Kosmetik Merek Oriflame di Surabaya. *Jurnal Spread* .
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Teknologi* , 1-18.
- Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (2017). Pengaruh e-WOM Terhadap Keputusan Pembelian di Pagoda.com. *Jurnal Marketing Research* , 28-35.
- Sirajudin, D. N., & Firman. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Asosiasi Merek Terhadap Pengaruh Kualitas Produk dan Asosiasi Merek

- Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Biore Body Foam Pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Praktik Bisnis, Vol. 4* , 39-50.
- Suandana, N. P., Rahyuda, K., & Kerti Yasa, N. N. (2016). Pengaruh Pengalaman Membeli Produk Fashion Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 10* .
- Suhardi, & Carolin, F. A. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Semen Holcim Pada PT. Kinco Prima Kota Batam. *Jurnal Benefita* , 39-50.
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda. *Jurnal Ekonomi Bisnis* , 1-20.
- Utama, M. B., & Ngatno. (2008). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 1-12.
- Wardiyastuti, D. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Brand Image . *Skripsi* , 1-89.
- Wulandari, N. M., & Nurcahaya, I. K. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust, Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud Vol. 2* .
- Wulansari, A. (2013). Pengaruh Brand Trust dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti . *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 1* , 1-14.
- Yuristika, M., Farida, N., & Dewi, R. S. (2014). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Layanan Terhadap Pembelian Ulang Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 1-7.