

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Augusty, F. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches: Fourth edition*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Erna, F. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen* (Vols. Edisi Pertama, Cetakan Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair JR, J, F., Black, W, C., Babin, B, J., & Anderson, R, E. 2009. *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education.
- Kotler, P. 2019. *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Noor, Juliansyah. 2014. *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sheth, J., & Sisodia, R. 2012. *The 4A's of Marketing: Creating Value for Customers, Companies and Society*. New York: Routledge.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2004. *Strategi Pemasaran, Edisi 2*. Yogyakarta: ANDI.

### ARTIKEL ILMIAH

- Ayu, D., P., & Sulistyawati, E. (2018). Persepsi Nilai Pelanggan Memediasi Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Berbelanja Online. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 7 (5), 2362.
- Beneke, J., Adams, E., Demetriou, O., & Solomons, R. (2011). An exploratory study of the relationship between store image, trust, satisfaction and loyalty in a franchise setting. *Southern Africa Business Review* , 15 (2), 59-74.
- Cahyono, T. D., & Al-Bari. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Tambora* , 1 (3), 14.

- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing* , 65 (2), 81-93.
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., Lai, H., & Chang, C. M. (2012). Re-examining the influence of trust on online repeat purchase intention: the moderating role of habit and its antecedents. *Decision Support Systems* , 53 (4), 835-845.
- Delgado, E., & Munuera, J. (2005). Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*, 35 (11), 1238-1258.
- Dotulong, A. D., & Sarjono, H. (2016). Segmentasi Berdasarkan Pengaruh Perceived Value, Store Atmosphere, dan Product Variation Dalam Meningkatkan Repurchase Intention Pada Starbucks Manado. *Buletin Ekonomi*, 14 (2).
- Fajriyanti, V., & Faridah, N. (2018). Pengaruh Experiential Marketing dan Persepsi Nilai Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7 (4).
- Fandiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” di Coffee Josh Situbondo. *ECOBUSS: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 7 (1), 21-42.
- Gabriel, R., & Bernarto, I. (2022). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Repurchase Intention, Vol. 6 No. 3. *JIMEA* , 846.
- Goncalves, H. M., Lourenco, T. F., & Silva, G. M. (2016). Green buying behavior and the theory of consumption values: A fuzzy-set approach. *Journal of Business Research* , 69 (4), 1484-1491.
- Hamdi, K., & Yadewani, D. (2019). Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 3 , 110-116.
- Han, H., & Hyun, S. S. (2015). Customer retention in the medical tourism industry: Impact of quality, satisfaction, trust, and price reasonableness. *Tourism Management* , 46, 20-29.
- Hellier, P. K. (2003). Customer Repurchase Intention; A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, 37 (11/12) , 1762-1800.
- Hong, B., & Brahmana, R. K. (2015). Pengaruh Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pelanggan di Resto Buro Bar Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3 (1).
- Huang, K., Li, S. Y., & Tse, D. K. (2011). Interpersonal Trust And Platform Credibility In A Chinese Multi Brand Online Community: Effects on Brand Variety Seeking and Time Spent. *Journal of Advertising* , 40 (3), 99-112.

- Hutajulu, M., Tawas, H., & Rogi, M. (2022). Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Makanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Ayam Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA*, 10 (4), 2109-2120.
- Kiyani, T. M. (2012). The Relationships Between Brand Trust, Customer Satisfaction and Customer Loyalty (Evidence from Automobile Sector of Pakistan). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 4 , 491.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Klinik Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14 (1).
- Kustini, d. (2011). Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura* , 14 (1), 19-28.
- Mardiah, A., & Anugrah, H. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online. *MENARA Ilmu*, 14 (2).
- Miranthi, A., & Idris. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6 (3).
- Nathania, Y., & Susan, M. (2023). Pengaruh Brand Leadership dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Produk Makanan di Tokopedia. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5 (1).
- Navarone, N., & Evanita, S. (2019). Pengaruh Service Quality dan Brand Trust terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction sebagai Mediasi pada Produk Samsung di Kalangan Mahasiswa Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, Vol. 1 No. 02 , 60.
- Nezakati, H., Abu, M. L., & Toh, C. (2011). Exploring Hierarchy Situation of 4A Marketing Mix on Malaysia's Fast Food Restaurants. *World Applied Sciences Journal* , 15 (8), 1160.
- Nugraha, R., & Wiguna, L. D. (2021). The Influence of Product Quality, Perceived Value, Price Fairness, EWOM, and Satisfaction Towards Repurchase Intention at Xing Fu Tang. *JIMFE: Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, 7 (1), 89-98.
- Priyanto, M., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Aksesoris Pakaian di Toko Mingka Bandung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* , 2 (1), 59.
- Rahmanda, F., & Farida, N. (2021). Pengaruh Brand Image dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening pada J.CO Donuts & Coffee Paragon Mall dan Java Supermall Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 10 (1), 868.

- Saleem, M. A., Zahra, S., & Yaseen, A. (2017). Impact of service quality and trust on repurchase intentions –the case of Pakistan airline industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* , 29 (5), 1136-1159.
- Saragih, R. S., & Aksari, N. M. A. (2019). Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Persepsi Nilai Terhadap Niat Beli Ulang *Green Coffee* di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen UNUD*. 8 (3).
- Selim, N., & Kohardinata, C. (2020). Pengaruh Persepsi Nilai dan Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen BAB1. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5 (3).
- Stefano, T. (2019). Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Product Quality dan Perceived Price Terhadap Repurchase Intention Pada Café Kampung Papringan Lumajang. *AGORA*, 7 (2).
- Sumara, R., & Salim, L. (2020). Service Quality, Customer Satisfaction, Brand Trust and Repurchase Intention. *FOKUS EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Vol. 15 No. 2* , 508.
- Tektas, O. O., Eryigit, C., & Ekmekci, O. T. (2017). Does Thinking Style Affect the Impacts of Satisfaction and Reputation on Repurchase Intention? A Cross-National Comparison. *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets* , 4 (24).
- Wulansari, A. (2013). Pengaruh Brand Trust dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen* , 1 (2), 392.
- Yuliana, I., & Suprihhadi, H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* , 5 (6).

## **WEBSITE**

- Dewi, A. M. (2022, October 31). *Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia*. Retrieved February 02, 2023, from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalu/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html>