

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Seri Pustaka Kunci.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multiverse Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New York: Global Edition, Person Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Putong, I. (2015). *Ekonomi Makro: Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Sciffman, L., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*. Jakarta: Indeks.
- Solimun, Fernandes, A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat*. UB Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonomika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.

### Jurnal

- Anggraini, R. R. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Loyalty Pada Konsumen Reksadanna Autoinvest di Bank Commonwealth Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, 83-95.

- Damsir, M. L. (2019). pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen layanan Indihome Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*.
- Dewi, A. S. (2021). Pengaruh Perceived Value, Brand Experience, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Pengguna Spotify premium). *Researchgate.Net*, 1-18.
- Fakaubun, K. U. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo, Malang). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 221-234.
- Ginting, A. K., & Harahap, K. (2022). Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention pada Live Streaming Marketing Shopee Live. *Journal of Social Research*, 851-863.
- 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 on Students of North Sumatra University, Faculty of Economics and Business . *European Journal of Management and Marketing Studies*, 40-57.
- Katubi. (2020). Analisis Gaya Hidup, Bintang Iklan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Online Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen). *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, 203-219.
- Ketut, Y. I. (2018). The Role of Brand Image Mediating The Effect of product quality on Repurchase Intention. *RJOAS*, 172-180.
- Maharsi, R. R., Irianto, H., & Handayani, S. M. (2022). The Effect of Perceived Value As a Mediation of Customer Satisfaction and Repurchase Intention on E-Commerce During Covid-19. *ICONIE FTIK IAIN Pekalongan*, 790-799.
- Mahendrayanti, M., & Wardana, I. (2021). The Effect of Price Perception, Product Quality, and Service Quality on Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 182-188.
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat beli Ulang. *Jurnal Manajemen*, 654-661.

- Nurhadi, & Azis, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Kesetiaan Konsumen. *Jurnal Economia*, 89-98.
- Panigoro, A., Agus, R., & Gaffar, V. (2018). Analisa E-Lifestyle dan E-Word of Mouth terhadap Repurchase Intention Secara Online (Survei Pada Pelanggan Produk Fashion Online Berrybenka dan fan Page Instagram). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*.
- Peburiyanti, D., & Sabran. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang pada Butik Kanabini di Tenggarong. *JEMI/Vol.20/No.1*, 29-39.
- Putra, T. W., & Keni. (2020). Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty, Brand Love Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 184-193.
- Rahmalia, P., & Chan, S. (2019). Pengaruh Service Quality dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 66-76.
- Ramaputra, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada E-Cinema Entertainment Plaza Semarang). *Diponegoro Journal of Social and Political Science*, 1-8.
- Tae, B. E., & Bessie, J. L. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Beli Ulang (Repurchase Intention) (Survei Pada Pelanggan The Kings Resto Kupang). *Transformatif*, 27-45.
- Tamidi, D., Santoso, A. B., Marinda, V. S., & Amalia, S. (2022). Perceived Value and Perceived Quality on Repurchase Intention: The Case Study of Spotify Bandung. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 3212-3216.
- Tan, H., & Brahmana, R. M. (2019). Pengaruh Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *AGORA*, 1-7.
- Yuliansyah, A., & Handoko, T. D. (2019). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Melalui Customer Satisfaction J-Klin Beauty Jember. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 292-301.
- Zahroh, S. F., Arimbawa, I. G., & Rochman, M. (2022). The Effect of Service Quality, Product Quality and Lifestyle on Repurchase Intention on Optical

Nusa Gedangan Sidoarjo. *World Journal of Entrepreneurship Project and Digital Management*, 1-9.

### **Website**

Annur, C. M. (2022, Maret). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)*. Retrieved from databoks.katada.co.id: <https://databoks.katada.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>

*Bagaimana Penilaian bagi Merek Dalam Survei Top Brand?* (2022, November). Retrieved from topbrand-award.com: <https://www.topbrand-award.com/article/detail/bagaimana-penilaian-bagi-merek-dalam-survei-top-brand>

*Industri Telekomunikasi Bakal Tetep Moncer.* (2021, Desember). Retrieved from Indonesia.go.id: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/3500/industri-telekomunikasi-bakal-tetep-moncer>