

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Agnanda, F., dan N. Farida. 2012. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kesadaran Merek dan Switching Barrier terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Telkom Flexi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–8.
- Anggraeni, Angelica Merry. 2020. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Ulang Produk Kosmetik Emina dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. Yogyakarta. Skripsi Universitas Sanata Dharma.
- Ariyan, Hendi. 2013. Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*, 041(1), 1–11.
- Azhari, Mila, Naili Farida, dan Saryadi. 2014. Pengaruh Store Atmosphere, Brand Association, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Repurchase) (Studi pada Konsumen The Body Shop di Java Mall Semarang). *Journal Social and Politic*, 1-10.
- Balqiah, T. E., dan Hapsari Setyowardhani. 2014. *Pemahaman Konsep dan Studi Perilaku Konsumen dalam Pengembangan Strategi Pemasaran*.
- Cooper, David dan Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Dewi, Chintia Anggar, dan Sanaji. 2014. Pengaruh Nama Merek Terhadap Kesadaran Merek Dan Preferensi Merek Minuman Sari Buah Dalam Kemasan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1162–73.
- Farida, Naili. 2015. *Manajemen Pemasaran Teori & Aplikasi*. Semarang: Press Digimedia
- Farida, Naili. 2019. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Hambatan Berpindah terhadap Loyalitas Pelanggan serta Implikasi Pada Perpindahan Merek. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 55-64.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. 2003. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hawkins, Del I., Roger J. Best, dan Kenneth A. Coney. 2007. *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*, Irwin/McGraw-Hill.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Manajemen. In Pearson Edition Limited*.
- Kriswianti, Luluk. 2017. Pengaruh Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Produk Pelembut Dan Pewangi Pakaian Merek Softener so Klin Twilight Sensation Series Di Surabaya Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3), 1–7.
- Kurniawan, Iwan, Suryono Budi Santoso, dan Bambang Munas Dwiyanto. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Produk Sakatonik Liver di Kota Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 4(2), 20.
- Kusumajaya, Agus, dan Samuel Hatane. 2014. Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Winston Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1).
- Lau, G. T. dan Lee, S. H. 1999. Customers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of market Focused Management*, 4(4), 341-390.
- Manullang, M., dan Hutabarat, E. 2016. *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta. Indomedia Pustaka: 240.
- Mittal, V., dan Kamakura, W. A. 2001. Satisfaction, Repurchase Intent, & Repurchase Behavior: Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics. *Journal of Marketing Research*.
- Nisa, Harum Amalun, Naili Farida, dan Reni Shinta Dewi. 2013. Pengaruh Kepercayaan Merek, Switching Cost, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pengguna Ponsel Nokia Pada Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Angkatan 2010 Sampai 2012). *Diponegoro Journal Of Social and Politic*, 2(2), 1–8.
- Nugrahanto, N. F. R., N. Farida, dan S. Listyorini. 2015. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Yamaha Vixion PT.Mataram Sakti Setiabudi). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 178-185.
- Nugraha, Rofly. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi serta Harga terhadap Loyalitas Melalui Minat Beli Ulang Pelanggan Tupperware di Kota Jember. Jember. Skripsi Universitas Jember.
- Nurfadillah. 2019. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Equity terhadap Repurchase Pelanggan Wardah Cosmetic di Matahari Mall Ratu Indah. Makassar. Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia.
- Oliver, Richard L. 1998. Whence Customer Loyalty. *Journal of Marketing*, Vol. 63. (Special Issues).

- Panjaitan, Andrey Olaf Yeriko, Rofiaty, dan Sujatmiko. 2016. Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Mediasi Kepuasan Merek Dan Kepercayaan Merek (Studi Pada Kuliner Khas Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3,141–61.
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 2002. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi keempat. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Quantrianto, Florentinus Hendi Hera, Prihatin Triyanto Priagung Hutomo, dan Sri Pujiarti. 2013. Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Kecap Manis Merek ABC (Studi Konsumen Swalayan ADA Siliwangi Semarang). *Jurnal Ilmiah Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 1(1): 89–101.
- Rahayu, S., dan Harsono, M. 2017. Kepercayaan Merek dan Brand Affect Sebagai Antecedent dari Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi*, XVIII, 9 –22.
- Rahmadani, Ika, dan Tia Risky Ayunda. 2019. Pengaruh Kesadaran Merek, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Pembelian Ulang Tiket Pesawat Firefly Di Banda Aceh. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 1(1), 25–33.
- Ramadhanty, Aulia. 2021. Pengaruh Beauty Vlogger sebagai E-WOM dan Brand Trust terhadap Pembelian Ulang (Survey pada Konsumen Kosmetik Purbasari di Glow Beauty Bar Sumedang). Bandung. Skripsi Universitas Pasundan.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brands Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- R. Pratiwi, N. Farida, dan B. Prabawani. 2015. “Pengaruh Customer Perceived Value dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Brand Experience (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Tipe Bebek di Kecamatan Pedurungan, Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 333-343.
- Sartika, Dewi. 2017. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 10-21.
- Sarwono, Jonathan. 2011. Get to Know the Path of Analysis: History, Understanding, and Application, Scientific Journal of Business Management. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11(2), 285–96.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Simamora, Bilson. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Bisnis (S. Y. Suryandari (ed.); 3rd ed.). Alfabeta

Suntoro, Wiharto, dan Yunita Budi Rahayu Silintowe. 2020. Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Modus*, 32(1), 25–41.

Suyanto. 2014. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi.

Wulansari, Anette. 2013. Pengaruh Brand Trust dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti (Studi Pada Konsumen Di Perumahan Gresik Kota Baru, Manyar Gresik). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 388–401.

Yusup, Febrinawati. 2018. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.