

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran. cet. II*. PT RajaGrafindo Persada.
- Agus, H. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Alam, I. K., & Sarpan. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Ulang Mazaya Dekoratif Dan Skincare Pada Toko Tangga Mas Tambun. *Jurnal Ikrath-Ekonomika*, 6(2), 284–291.
- Aprilia, Y., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Product Quality dan Brand Trust terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Produk Kecantikan Brand Somethinc. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3193–3205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3649>
- Aprina, N., & Hadi, E. D. (2024). Pengaruh Product Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention yang Dimediasi oleh Customer Satisfaction pada Produk Skincare Skintific di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol*, 7(1), 251–262.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research and Consulting Institute.
- Dezila, R., & Ariyanti, M. (2022). The Effect Of Product Quality And Secondate Beauty Brand Image Towards Consumer Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 316–334.
- Dwipayana, B., & Sulistyawati, E. (2018). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Go-Food Di FEB UNUD. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5197–5229.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Firmasyah, R. (2024). *Inilah Data Penjualan Produk Kahf Facial Wash pada Tahun 2020-2022*. Kompasiana.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hutami, N. D., Priyatama, A. N., & Satwika, P. A. (2021). Kepuasan Konsumen dan Intensi Pembelian Ulang Produk Kue Artis pada Mahasiswa. *PSIKOLOGIKA*, 25(May). <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol25.iss1.art6>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing* (15th editi). Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 J). PT. Indeks.
- Kristanto, J. (2016). Diagram ‘Proses Kebutuhan–Kepuasan

- Konsumen. *FIRM Journal of Management Studies*, 1(1).
- Makkiyah, H., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Label Halal Terhadap Niat Beli Ulang Merek Kosmetik Lokal Untuk Remaja Dengan Pengalaman Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 337–351.
- Mulyana, A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Shao Kao Kertajaya Melalui Kepuasan Pelanggan. *AGORA*, 7(2).
- Mulyaningsih, P., & Meria, L. (2024). The Impact of Product Quality and Brand Image on Repurchase Intention Through Customer Satisfaction. *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 8(1), 1–13.
- Nora, L. (2019). Trust, Commitment, And Customer Knowledge Clarifying Relational Commitments And Linking Them To Repurchasing Intentions. *Management Decision*, 57(11). <https://doi.org/10.1108/MD-10-2017-0923>
- Nurfatimah, E., Saputra, W. T., & Wahyuningratna, R. N. (2020). Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu AZA 6 Edisi Hari Merdeka. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 2(2).
- Putra P, I. B. P., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, 8(8), 4983–5006.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 162–170.
- Rahma, E. (2020). *Paragon Mulai Jajaki Pasar Perawatan Tubuh Pria*. Marketeers.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Marke. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Schiffman, L. (2015). *Consumer Behavior (Edisi 11)*. Pearson.
- Setiawan, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Sektor Ritel*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 15(2), 110-120.
- Situmorang, H., & Lubis, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Industri Retail*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 38-48.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Pustaka Baru Press.
- Udayana, I. B. N., Hutami, L. T. H., & Yani, Y. E. (2022). Website Quality, Brand Image, and Brand Trust on Repurchase Intention Through Customer Satisfaction as Intervening Variables. *Jurnal Ilmu Manajemen*:

Profitability, 6(2), 201–214.

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Tekni.