

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, K. J., & Yasa, N. N. K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali Di Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(8), 4153. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i08.p05>
- Agustin, R., & Hasyim, A. (2019). *Membangun Niat Beli Secara Online Melalui Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen*. 10(November), 121–132.
- Andjarwati, M. A., & Lestari, P. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk , Kemudahan dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 84–104.
- Artiningtyas, I., Minarsih, M. M., & Hasiolan, L. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat beli Ulang Pelanggan Shao Kao Kertajaya Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 1–13.
- Asrori, M. (2009). *Mohammad Asrori, Psikologi Pembelajaran , (Bandung: CV Wacana Prima, 2009), hlm.21 11. 11–49*. Retrieved from [http://eprints.walisongo.ac.id/7439/3/BAB II.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/7439/3/BAB%20II.pdf)
- Chinomona, R., & Maziriri, E. T. (2017). The influence of brand awareness, brand association and product quality on brand loyalty and repurchase intention: A case of male consumers for cosmetic brands in South Africa. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(1), 143–154. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v12is01/tiobabaapqoblariacomcfbisa>
- Dapas, C. C., Sitorus, T., Purwanto, E., & Ihalauw, J. J. O. I. (2019). The effect of service quality and website quality of zalora.Com on purchase decision as mediated by purchase intention. *Quality - Access to Success*, 20(169), 87–92.
- Dewi, J. kartika. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Niat beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel intervening (Studi Pada Pelanggan Jilbab Rabbani di Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3), 248–258.
- Ferdinand. (2006). Analisis Deskriptif Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ghozali. (2018). Motodelogy Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Goleman, & Boyatzis, D. (2019). Niat Beli Ulang. *Journal of Chemical Information and Modeling* Goleman and, & Boyatzis, D. (2019). *Niat Beli Ulang. Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ismayanti, N. M. A., & Wayan, I. (2017). Pengaruh Celebrity ENdorsers, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar. *E-Journal Manajemen Unud*, 6(10), 5720–5747. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf>

- Kartika, D. S. J., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Niat beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel intervening (Studi Pada Pelanggan Jilbab Rabbani di Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3), 248–258.
- Khadijah, susan N., & Dianasari, I. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Di Rsud Ibu Sina Kabupaten Gresik. *Gema Ekonomi*, 07, 220–235.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*.
- Kusuma, K., Utami, C. W., & Padmalia, M. (2018). Pemediasian Kepuasan Konsumen pada Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Perusahaan Sinar Karya Pemenang. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(3), 1–7.
- Masitoh, M. R., & Hermansyah, A. W. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Merek terhadap Niat Pembelian Ulang di Toko Online Tokopedia. *Manajemen*, 8, 229–247. Retrieved from <http://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/JM/article/view/662/651>
- Palma, M. A., & Anik. (2016). Pengaruh Kualitas Produk , Kemudahan dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 84–104.
- Parasuraman. (2001). 2.2.2. *Dimensi Kualitas Pelayanan*. (1988), 8–32.
- Phuong, nguyen N. D., & Trang, T. T. D. (2018). Repurchase Intention: The Effect of Service Quality, System Quality, Information Quality, and Customer Satisfaction as Mediating Role: A PLS Approach of M-Commerce Ride Hailing Service in Vietnam. *Marketing and Branding Research*, 5(2), 78–91. <https://doi.org/10.33844/mbr.2018.60463>
- Putra, I. K. D. D., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Peran Citra Toko Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5), 2733. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p17>
- Putri Danashi1, Kardinal2, C. A. P. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Keamanan dan Kenyamanan Terhadap Niat Beli Ulang Di E-Commerce Tokopedia.Com (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE MDP Palembang). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 3, 1–15.
- Richeese Factory. (2019). *Richeese Factory*.
- Rinaldi, A., & Santoso, S. B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Dipenogoro Journal Of Management*, 7(2016), 1–14.
- 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. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2016-0192>

- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk terhadap kepuasan dan dampaknya pada minat pembelian Ulang konsumen keretaapi kelas eksekutir argo parahiyanan. *Jurnal Ilmu Manajemen Oikonomia*, 13(2), 37–48.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5748. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(2), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Tjiptono. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan*. 6(2), 1–5.
- Wibowo, G., Rahadhini, M. D., & Sunarso. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Niat Beli Ulang. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, (September 2018), 1–9. <https://doi.org/10.31227/osf.io/tc2fe>
- Widodo, S., Haryani, C., & Haryono, A. T. (2016). *Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Pengguna Downy di RW XXII Perumm Puri Dinar Elok Meteseh Semarang)*. 02(02), 1–11.