

DAFTAR PUSTAKA

- Adika, S., Praptiningsih, M., Bisnis, F., Petra, U. K., Siwalankerto, J., & Kunci, K. (2022). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Di Toko Sepeda O . K Mranggen*. 10(2).
- Aditya, G., Ristanto, H., & . C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jbe (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 58–71. <https://doi.org/10.54066/jbe.v6i1.99>
- Agustin, S. (2020). *Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Produk Yamaha Pada Pt. Yamaha Alfa Scorpii Flamboyan*. 1–98.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Anuraga, W., & Sitohang, S. (2015). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Merk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(10), 1–18.
- Dănilă, A., Mărgineanu, I., Câmpeanu, R., & Suciuc, C. (2008). Experimental Validation Of The Dynamic Model Of A Single/Two Phase Induction Motor. *11th International Conference On Optimization Of Electrical And Electronic Equipment, Optim2008*, 3–8. <https://doi.org/10.1109/Optim.2008.4602378>
- Das Guru, R. R., & Paulssen, M. (2020). Customers' Experienced Product Quality: Scale Development And Validation. *European Journal Of Marketing*, 54(4), 645–670. <https://doi.org/10.1108/Ejm-03-2018-0156>
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 2895. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I08.P01>
- Farida, N. U. (2018). Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Repurchase Intention Koperasi Serba Usaha (Ksu) Apikri (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Kerajinan Ksu Apikri Yogyakarta). *Jurnalilmumanajemen*, 15(1), 25–33. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/25073>
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Effect Of Product Quality, Price And Promotion To Decision Purchase Nissan X-Trail Car In Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229.

- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). Word-Of-Mouth Measurement Scale For Eservice Context. *Canadian Journal Of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Hairullah. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Usaha Meningkatkan Volume Toko Material Bahrani Pujon. *Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari*.
- Haqiqi, O. R., & Putra, Y. Y. (2019). Hubungan Persepsi Kualitas Produk Dengan Post Purchase Dissonance Pada Mahasiswa. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(4), 1–11.
- Harjati, L., & Sabu, O. (2014). Pengaruh Persepsi Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop. *E-Journal Widya Ekonomika*, 1(1), 25–30.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, 37(11–12), 1762–1800. <https://doi.org/10.1108/03090560310495456>
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas, Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal Of Economic, Business And Engineering*, 1(1), 24–31.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada Cv. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal On Software Engineering (Ijse)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.V5i1.5861>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey Pada Mahasiswa Semester Vii Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Khosravani Zangeneh, S., Rezvani, M., & Mohammadkazemi, R. (2014). Investigating The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Customer's Purchase Intention Of Digital Products. *Management Science Letters*, 4(11), 2433–2440. <https://doi.org/10.5267/J.Msl.2014.10.003>
- Kurniawan, P. H., & Heryenzus, H. (2018). Pengujian Efek Marketing Mix Dan Perlindungan Pada Sektor Retail Di Kota Batam Sebagai Suatu Kajian Sintesa Meta Analysis. *Jim Upb (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 44–54. <https://doi.org/10.33884/Jimupb.V6i2.677>

- Mahyarni, M. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/Jel.V4i1.17>
- Maison, D. (2019). *Saving And Investing*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-10570-9_4
- Manajemen, E. (2019). *Ejmunud.2019.V08.I04.P23*. 8(4), 2524–2554.
- Ngoma, M., & Ntale, P. D. (2019). Word Of Mouth Communication: A Mediator Of Relationship Marketing And Customer Loyalty. *Cogent Business And Management*, 6(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1580123>
- Ni Kadek, S., & Ni Made, R. (2019). Pengaruh E-Wom, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Niat Beli Kembali: Studi Pada Pelanggan Situs Shopee. *E-Jurnalmanajemen*, 3(2), 58–66. <http://www.tjybjb.ac.id/cn/article/download/articlefile.do?attachtype=pdf&id=9987><https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Pane, D. H., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 149–155.
- Penjualan, P. P. (2007). *Teori Pendukung Repurchase Intention (Niat Beli Ulang)*. 2005.
- Prasetyo Bambang, J. M. L. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Prastiwi, S. K. (2016). Menguji Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Mie Instan Indomie Di Yogyakarta. *Jurnal Eka Cida*, 1(1), 96–109.
- Pt Semen Indonesia (Persero) Tbk. (2021). *Presentasi Kinerja Perusahaan Pt Semen Indonesia (Persero) Tbk Public Expose Live*.
- Putri, C. A., W, H. D., & Listyorini, S. (N.D.). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk, Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rm Garang Asem Sari Rasa (Studi Pada Konsumen Rm Garang Asem Sari Rasa , Kudus) Pendahuluan Sejak Dahulu Makanan Menempati Urutan Teratas D.
- Putri, E. A., & Pradhanawati, A. (2021). Pengaruh E-Wom Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Trust Sebagai Mediasi Pada Konsumen Tiket Kereta Di Kai Access (Studi Pelanggan Kereta Argo Sindoro Jurusan Semarang-Jakarta Pada Kai Access Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 664–671. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2021.29029>

- Riyono, & Budiharja, G. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Kota Pati. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2), 92–121.
- Ruhamak, M. D & Rahayu, B. (2016). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada. *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, 1(2), 188–204.
- Shintaputri, I., & Wuisan, A. J. (2017). The Impact Of Perceived Price Towards Perceived Value Through The Mediation Of Perceived Quality : A Case Of Brand X Smartphone In Indonesian Middle-Class Customers. *Ibuss Management*, 5(1), 29–42.
- Sobur, A. (2016). *Bk_Sobur_Psikologi_Umum_2016.Pdf* (P. 560).
- Veronika, J., & Hikmah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe Di Kota Batam. *Journal Of Management, Accounting, Economic And Business*, 01(02), 1–15.
- Wajatrakul, B. (2016). Online Learning Adoption: Effects Of Neuroticism, Openness To Experience, And Perceived Values. *Interactive Technology And Smart Education*, 13(3), 229–243. <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0017>
- Wijaya, R., Farida, N., & Andriyansah. (2018). Determinants Of Repurchase Intentions At Online Stores In Indonesia. *International Journal Of E-Business Research*, 14(3), 95–111. <https://doi.org/10.4018/IJEBr.2018070106>
- William O. Bearden, & Richard G. Netemeyer. (1999). *Handbook Of Marketing Second Scales Edition*.
- Wulandari, T. (2019). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Difa Bakery & Cake Shop Pangkalan Brandan*. 6–21.
- Yafie, A. S., Suharyono, & Abdillah, Y. (2016). Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Food And Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang). *Administrasi Bisnis (Jab)*, 35(2), 11–19.
- Yasin, A. A., & Achmad, G. N. (2021). Influence Of Word Of Mouth And Product Quality On Purchase Decisions And Repurchasing Interest. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar)*, 5(2), 410–419.

