

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, N. (2018). Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap *Brand Equity* Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Economic*, 2(1).
- Akbar, A. A., & Djatmiko, T. (2016). Pengaruh *E-service quality* Terhadap E-Customer Satisfaction Dan E-Customer Loyalty Pada Lazada. Co. Id. *Eproceedings Of Management*, 3(1).
- Amrullah, M. F., & Saputri, M. E. (2019). Pengaruh Country Of Origin Dan *Online consumer review* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Word Divisio. *Eproceedings Of Management*, 6(2).
- Anggita, M., & Trenggana, A. F. M. (2020). Pengaruh Customer Engagement Dan *E-service quality* Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Tiket. *Com. Probank*, 5(1), 83-99.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Azis, Y., & Destiani, M. M. (2022). Analisis Uji Beda Digital Marketing, *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion (Dalam Negeri Vs Luar Negeri) Di Masa Pandemi. *Manajemen Dewantara*, 6(1), 1-11.
- Caraka, Gilang Paradis. 2015. "Peranan Karakteristik Dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Pakaian Melalui Instagram" *Jurnal Manajemen* 2 (1):12.
- Dwi Santy, R., & Ihsan Izharuddin Adhipratama, M. (2013). Display Toko, Gaya Hidup dan Pembelian Impulsif (Penelitian Pada Konsumen Surf Inc Bandung). *Majalah Ilmiah UNIKOM*. Vol.11 No.1, 87-102
- Eliasari, P. R. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2017). Pengaruh *brand awareness* terhadap purchase intention dimediasi oleh perceived quality dan *brand loyalty*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(12), 6620-6650.
- Ferdiansyah, G., & Rahayu, A. (2016). Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen (Survei pada Pengguna E-commerce di Indonesia). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 2(2), 17-20.

- Feriyanto, W. (2021). *Pengaruh Brand Image, Islamic Store Atmosfer Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening “Studi Kasus Pada Konsumen Rabbani Semarang”* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Halim, E. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Menjadikan *Brand La Classique* Tidak Dikenal. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(1).
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh *Online consumer review* Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558-572.
- Iduozee, Eni Elina. 2015. *The Credibility of Online Consumer reviews: Case Lumene*. Tesis University of Tempere
- Istiatin, E. N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 13(01), 115736.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh *E-service quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55-62.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management Building Measuring and Managing Brand Equity* 4th edition. USA, Pearson Education.
- Kotler, Philip, dan Keller, K. L 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90-99.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2).
- Porajow, K. C., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado. *Productivity*, 1(5), 446-452.
- Pranata, I. W. D. R., & Pramudana, K. A. S. (2018). Peran Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5230-5257.
- Putri dan Tanamal. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Kembali Produk Gosh Di Kota Palu Dengan Kepercayaan Merek

Sebagai Variabel Antara (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tadulako)” *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako* 3 (1):12.

- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 162-170.
- Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2019). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *LiQuidity: Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 8(2), 111-123
- Ramadhan, A. F. (2019). Pengaruh Online consumer review, Potongan Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Game pada Aplikasi STEAM (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Ramadhani, T., Budimansyah, B., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Rating Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Marketplaceshoppee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 143-162.
- Safadori, N., & Hidayat, A. M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Maskapai Garuda Indonesia Di Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Sari, D. M. F. P., Putra, K. P. W., Martini, I. A. O., & Suputra, G. A. (2021). Pembelian Kembali Di Era New Normal Pelanggan Traveloka Di Kota Denpasar: Pengaruh Brand Awereness, Online Consumer Review, Dan E-Service Quality. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 41-50.
- Sari, D. M. F. P., Putra, K. P. W., Martini, I. A. O., & Suputra, G. A. (2021). Pembelian Kembali Di Era New Normal Pelanggan Traveloka Di Kota Denpasar: Pengaruh Brand Awereness, Online Consumer Review, Dan E-Service Quality. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 41-50.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualiatitif, R&D*. Bandung: Cv: Alfabeta
- Susilawati, E., & Dhaniawaty, R. P. (2019). Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop). *Majalah ilmiah UNIKOM*, 17(1), 43-52.

- Syakira, S. N., & Moeliono, N. N. K. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Freeman Feeling Beautiful Facial Masks (studi Pada Penonton Youtube Freeman Masks Collection Review Akun Suhay Salim). *eProceedings of Management*, 6(2).
- Syakira, S. N., & Moeliono, N. N. K. (2019). Pengaruh *Online consumer review* Oleh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Freeman Feeling Beautiful Facial Masks (Studi Pada Penonton Youtube Freeman Masks Collection Review Akun Suhay Salim). *Eproceedings Of Management*, 6(2).
- Tanjaya, E. (2017). Efektifitas media sosial instagram terhadap kesadaran merek Dr. Churros. *Jurnal Performa*, 2(4).
- Theresa, M. Y, Zulfikar, R. (2019). *Self Efficacy* dan *Locus of Control* sebagai penentu Kinerja Usaha (Studi Kasus pada pelaku usaha fashion hijab di Balubur Town Square Bandung) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Utarsih, H. (2019). The Role Of Promotion And Place *Branding* In Improving Culinary Tourist Repurchase Intention For Tourists In Bandung City And Its Surrounding. *Jurisma: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 9(2), 189-196.
- Winatapradja, N. (2013). Ekuitas merek pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk donat J. CO DONUTS & COFFEE di Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Yulia, Y. A., & Untoro, W. (2016). Efek Nilai Konsumsi Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Green Product. *Jurnal Economia*, 12(1), 83-96.
- Yuliani, M. P. (2021). Pengaruh Harga dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Tokopedia (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Yulianingsih, A., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh *Brand Image* Dan *E-service quality* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Tiket. Com. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 60-72.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. and Gremler, D. D. (2009), *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 5th edition, New York: McGrawHill

Zhao, X., Liang, W., Xiao, G., and Rob, L. (2015), "The influence of online reviews to online hotel booking intentions", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol 27 No. 6, pp 1343-1364.

<https://l1dikti5.kemdikbud.go.id/home/detailpost/lonjakan-e-commerce-pada-semester-1-tahun-2020>

<https://kumparan.com/18311018/pengaruh-web-desain-dan-komunikasi-pemasaran-pada-e-commerce-di-yogyakarta-1yhWMHdch7n/full>

<https://glints.com/id/lowongan/repeat-purchase-adalah/#.YzAvA3bML2c>

<https://glints.com/id/lowongan/brand-switching/#.YzA1I3bML2c>

<https://glints.com/id/lowongan/tipe-konsumen-dalam-bisnis/#.YzAwK3bML2c>

<https://glints.com/id/lowongan/perilaku-konsumen/#.YzA6mXbML2c>

<https://www.lalamove.com/indonesia/jakarta/id/blog/kenapa-konsumen-tidak-membeli-produk>

<https://www.kompasiana.com/obyziherlan24/618f99b206310e0d61098872/pentingnya-ber-fashion-di-jaman-sekarang>

<https://glints.com/id/lowongan/word-of-mouth-adalah/#.YzBTkHbML2c>

<https://lintasmediadanawa.com/berita/customer-loyalty/#:~:text=Definisi%20secara%20umum%2C%20Loyalitas%20Konsumen,untuk%20merekomendasikan%20produk%20atau%20jasa>

<https://komerce.id/blog/product-knowledge-adalah/>

<https://onlinelearning.binus.ac.id/business-management/post/ulasan-daring-pentingkah>

<https://wqa.co.id/seberapa-pentingnya-kualitas/#:~:text=Kenapa%20kualitas%20ini%20menjadi%20penting%20bagi%20obisnis%20Anda%3F&text=Dengan%20menciptakan%20produk%20yang%20berkualitas,cepat%20berekspansi%20ke%20pasar%20global.>