



DAFTAR PUSTAKA

- Bernarto, I., Purwanto, A., Tulung, J. E., & Pramono, R. (2024). The Influence of Perceived Value, and Trust on Wom and Its Impact on Repurchase Intention. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 18(4), 1–13. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n4-081>
- Padilah, I., & Sujarwo, M. (2021). Analisis Hubungan Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang Benih Padi Janger Inpari 32. *Konsentrasi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 112–121. <http://konsentrasi.upstegal.ac.id/index.php/Konsentrasi>
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hosea, E. J., Pauzy, D. M., & Karmila, M. (2023). The Analysis Of Quality Product And Price Perception Towards Purchase Decisions (Survey On “Bakmi Boerangrang Tasikmalaya” Consumers). *Journal of Indonesian Management*, 3(3), 383–394. <https://doi.org/10.53697/jim.v3i3.1381>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Krismonanda, F., & Iskandar, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Susu Setia Di Tenggara. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(2), 36–48. <https://doi.org/10.53640/jemi.v21i2.953>
- Laela, E. (2021). Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Padarumah Makan Ciganea Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 180–186.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Marchela, G. A. R. D., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK KOSMETIK MAKE OVER. *Jurnal Emas*, 3, 227–236.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- Nabella, S., & Ida, F. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Vaseline di Kota Semarang. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 439–452.
- Prakoso, R. S., & Susanti, W. F. E. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Deodoran Nivea. *Jebital : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(1), 68–79.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUNSCREEN AZARINE. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1358>
- Rahmi, M. A., & Surianto, M. A. (2024). Pengaruh Kelompok Referensi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2).
- Rohaeti, D., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Hawwa Skincare Di Kabupaten Bandung. *Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.36490/value.v2i2.190>
- Rajida, R. (2024). *PENINGKATAN CUSTOMER INTIMACY BERBASIS TRUST UNTUK MEWUJUDKAN CUSTOMER LOYALTY PADA SKINCARE HALAL DI KOTA SEMARANG*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Sampe, Y. D., & Marie Tahalele. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 50.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Valentine, L., Fadhillah, S. A., Sucipto, H., Akbar NPD Wahana, & Sholeha, A. (2023). Analisis Persepsi Harga, Cita Rasa, Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mie Gacoan Tegal. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(4), 425–443. <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/view/1308%0Ahttps://jurnal->

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/download/1308/1173

© Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Viani, I. A. G., Mitriani, E. W. N., & Imbayani, A. G. I. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kfc Di Kota Denpasar Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal EMAS*, 3(3), 35–43.

Wungu, M. G. K., & Hakim, L. N. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT SIDO MUNCUL. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(6), 792–799.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.