

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (2020). *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity*. New York: Free Press
- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Alvarez, D. M., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Berulang (studi Di Lakukan Pada Konsumen Produk Eiger Di Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 8(3).
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *Manajemen Pemasaran: Perspektif Digital Marketing*.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak T. 2017. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Merek dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Ekasari, S., Dharmawan, D., Usmia, S., Lubis, Z., & Ratnawita. (2024). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 5955–5962. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.6413>
- Febrianti, M. C., & Fitra, J. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Roti Gembong Gedhe di Gombang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 6(2), 184-202.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis (8th ed.)*. Cengage Learning.
- <https://data.goodstats.id/statistic/10-provinsi-dengan-penetrasi-internet-tertinggi-2025-Xfguj>

<https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/e-commerce-and-shopping/marketplace/>

<https://www.similarweb.com/website/blibli.com/#traffic>

<https://www.similarweb.com/website/jet.com/#traffic>

<https://www.similarweb.com/website/lazada.co.id/#traffic>

<https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id/#traffic>

<https://www.similarweb.com/website/tokopedia.com/#traffic>

Ismail, A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sari Roti di Kabupaten Kebumen) (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).

Japariato, E. (2019). Pengaruh retail service quality terhadap minat berkunjung ulang mall di Surabaya melalui perceived quality dan customer satisfaction sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 17-27.

Joseph Terok, G., Mamuaya, N., & Pandowo, A. (2024). Pengaruh Persepsi Kualitas, Kepercayaan Merek, dan Celebrity Endorser Terhadap Loyalitas Konsumen McDonald's di Manado Sulawesi Utara. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2).

Kodrat, D. S., & MM, C. (2020). *Manajemen Merek dan Strategi E-commerce: Pendekatan Praktis*. Prenada Media.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Mawaddah, M., Rahayu, D., Rahmasari, S., & Dutahatmaja, A. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi pembelian berulang: Produk, harga, promosi, dan layanan: Literature review perilaku konsumen. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 115-127.

Pratiwi, S. I. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Brand Commitment, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kasus Isu Boikot Produk Pro Israel di Kota Madiun) (Doctoral dissertation, Universitas PGRI Madiun).

Rosanna Wulandari SE, M. M., Hamidi, D. Z., ST, M., & Susanto, S. E. (2023). *Techonomics: Panduan Lengkap Integrasi Bisnis dan Teknologi untuk Keberhasilan di Era Digital*. Takaza Innovatix Labs.

- Siyamto, Y., Sy, S. E., Sy, M. E., Saputro, A. H., Fathoni, M. I., SE, M., ... & SE, M. (2022). *Manajemen Strategi Merek: Konsep, Proses, dan Ekuitas Dalam Branding Global*. CV Rey Media Grafika.
- Sofya, D. N., & Purwanto, S. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Slai O'lai. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 6(3), 28-37.
- Sugiyono. (2017). *metode penelitian, kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Susanti, A. (2024). Populasi dan sampel. Dalam Egim, A. S. (Ed.), *Metode penelitian manajemen* (hlm. 153–175). Eureka Media Aksara.
- Taati, D. (2024). Pengaruh kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian ulang dengan niat beli ulang frozen food sebagai variabel intervening Studi pada pembeli produk sosis frozen food di Kota Semarang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Wahyudi, Y. H., Kristanti, D., & Nurbambang, R. (2020). Analisis pengaruh produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang pada Bakpia Endous Kediri. *RISK: Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(1), 47-67.