

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A., Khotimah, K., Pasolo, F., & Labo, I. A. (2019). *Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Pengaruhnya Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Smartphone XIAOMI. Jurnal Industrial Nasional*, 938-954.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*, 228-239.
- Ercis, A., Unal, S., & Candan, F. (2012). *The Effect Of Brand Satisfaction, Trust and Brand Commitment On Loyalty And Repurchase Intentions. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1395-1404.
- Firnanda, M. A., & Asnawati. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Image, Brand Trust terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Samarinda. *Jurnal Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 407-413.
- Ilat, L. V., Murni, S., & Parengkuan, T. (2018). Analisis Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada UKM D'CENDOL 77 Di EIC UNSRAT. *Jurnal EMBA*, 2548 – 2557.
- Liang, L. J., Choi, C. H., & Joppe, M. (2018). Exploring the relationship between satisfaction, trust and switching intention, repurchase intention in the context of Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 41-48.

- Maryanti. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Konsumen Melakukan Pembelian Ulang Pada Toko Swalayan Kaisar Di Pontianak. *Bisma*, 1940-1949.
- Naufal, A., & Sari, S.T.,M.S.M., D. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Minat Beli Buldalk Bokkeummyeon (samyang). *Journal of Management*, 2866-2871.
- Ngo, M. H., Liu, R., & Moritaka, M. (2020). Urban consumer trust in safe vegetables in Vietnam: The role of brand trust and the impact of consumer worry about vegetable safety. *Food Control*, 1-10.
- Nilawati, W. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Kopi ABC Di Desa Pancoran Bondowoso). *JSMBI ( Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia )*, 74-78.
- Nurhidayah, A., Yuliniar, & Pangestuti, D. C. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan E-Wallet Gopay. *PROSIDING BIEMA*, 942-955.
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness Serta Word of Mouth Terhadap Brand Trust Dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C'Bezt Fried Chiken Kecamatan Genteng Banyuwangi . *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 269-282.
- Pamungkas, A. D., & Widodo, A. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Green Product PERTAMAX TURBO (RON

- 98) Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Manajement*, 2584-2592.
- Shihab, M. S., & Sukendar, A. (2009). Pengaruh Brand Trust Dan Brand Equity Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus Produk Tes Widal Merek REMEL. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 83-96.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image , Brand Trust Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Journal of Business Studies*, 41-53.
- Viani, G. A., MItariani, N. W., & Imbayani, I. A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk KFC Di Kota. *Jurnal EMAS*, 35-43.
- Wijaya, R., Farida , N., & Andriyansah. (2018). Determinants of Repurchase Intentions at Online Stores in Indonesia. *International Journal of E-Business Research*, 95-111.
- Yuliyanti, P. D., & Mauludy, A. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk WARDAH Varian Bedak (Study Penelitain Pelanggan WARDAH Beauty Konter Majalengka). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 252-261.