

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. 2023. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Aggi Panigoro, Agus Rahayu, Vanessa Rahayu (2018) Analisis *E-lifestyle* dan *E-Word Of Mouth* terhadap *Repurchase Intention* Secara Online (Survei pada pelanggan produk fashion online Berrybenka di Fan Page Instagram) Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis - Vol 9 No 1
- Ahmed Suhail Ajina (2019) *The Role of Social Media Engagement in Influencing Customer Loyalty* Saudi Banking Industry, International Review of Management and Marketing, 2019, 9(3), 87-92.
- Andrian sulistyono, jakaria (2022) analisis pengaruh social media engagement terhadap relationship quality yang dimediasi oleh faktor – faktor relationship management equilibrium volume 11. No. 1. Tahun 2022 eissn 2684-9313 pissn 2088-7485, hal 53-65
- Bruno Schivinski, George Christodoulides, Dariusz Dabrowski (2016) *Measuring Consumers' Engagement With Brand-Related Social-Media Content Development and Validation of a Scale that Identifies Levels of Social-Media Engagement with Brand*, JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH March 2016 DOI: 10.2501/JAR-2016-004
- Chinho Lin Watcharee Lekhawipat , (2014), "*Factors affecting online repurchase intention*", Industrial Management & Data Systems, Vol. 114 Iss 4 pp. 597 – 611
- Christina irene felita dan edwin japariato, s.e., m.m (2015) analisa pengaruh customer experience terhadap *customer loyalty* dengan *customer engagement* dan *customer trust* sebagai variabel intervening di the body shop jurnal manajemen pemasaran petra vol. 1, no. 1, (2015) 1-10
- Data Tsabitha, Margaretha Pink Berlianto (2022) Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Consumer Purchase Decision Terhadap Produk Parfum Hmns The Opportunity Of Digital And Technology Disruption

- Deru r. Indika dan cindy jovita (2017) media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen jurnal bisnis terapan issn 2580 - 4928 volume 01, nomor 01
- F Riyanto dan J Jamaaluddin (2018) Peran Pengusaha Startup Dalam Rangka Memajukan Perekonomian Bangsa 3rd Annual Applied Science and Engineering Conference (AASEC 2018)
- Faried Fajar, Diah Priharsari, Retno Indah Rokhmawati (2022) Pengaruh *Reputation* dan EWOM terhadap *Repurchase Intention* Konsumen pada *E-Commerce* Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN: 2548-964X Vol. 6, No. 6, Juni 2022, hlm. 3007-3016
- Firza Rizqulloh, Tety Elida (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Bukalapak.Com Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Vol.20 No.2
- Hasniati, H., Indriasar, D. P. ., & Sirajuddin, A. . (2021). Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention Produk Online dengan Customer Satisfaction sebagai Variable Intervening. *Management and Accounting Research Statistics*, 1(2), 11–23. <https://doi.org/10.59583/mars.v1i2.10>
- Hatane semuel, adi suryanata lianto (2014) analisis ewom, brand image, brand trust dan minat beli produk smartphone di surabaya jurnal manajemen pemasaran, vol. 8, no. 2
- Hendy Carol Chrisnathaniel, Sri Hartini ,Sari Puji Rahayu (2021) Analisis *Gamification* Shopee.com Sebagai Media Pemasaran Terhadap EWOM, *Positive Emotion*, & *Repurchase Intention* (Pada Aplikasi Shopee.com) Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis Vol. 6 No.1 Tahun 2021 E-ISSN : 2528-0929 P-ISSN : 2549-5291
- I G. A. Pt. Riana Pramesti Dewi, Ni Wayan Ekawati (2019) Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 5, 2019 : 2722-2752

- Ida Ayu Putu Dian Savitri, I Made Wardana (2018) Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 10, 2018: 5748-5782
- Isabelle Goyette, Line Ricard, Jasmin Bergeron, François Marticotte (2010) e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, Canadian Journal of Administrative Sciences Revue canadienne des sciences de l'administration 27: 5–23 (2010) Published online in Wiley Interscience (www.interscience.wiley.com). DOI: 10.1002/CJAS.129
- Izogo, E. E., Mpinganjira, M., Karjaluoto, H., & Liu, H. (2022). Examining the Impact of eWOM-Triggered Customer-to-Customer Interactions on Travelers' Repurchase and Social Media Engagement. *Journal of Travel Research*, 61(8), 1872-1894.
- Kasman Pandiangan, Masiyono, Yugi Dwi Atmogo (2021) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty, Volume 2, Issue 4, Maret 2021 EISSN 2686-4924 P-ISSN 2686-5246
- Kurnia Illahi Manvi, Retno Maudyana Analisis Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Di Daya Tarik Wisata Linggai Park Duo Koto Tanjung Raya Kabupaten Agam Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata Edisi 4 Volume 2 (2021) ISSN:2621-7791 (media online)
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54-64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Maria Jesus Yague-Guillen, Jose Luis Munuera-Aleman and Elena Delgado-Ballester (2003) Development and validation of a brand trust scale Source: *Int. Journal of Market Research*, Vol. 45, No. 1
- Marloes van Asperen, Pieter de Rooij & Corné Dijkmans (2017) Engagement-Based Loyalty: The Effects of Social Media Engagement on Customer Loyalty in the Travel Industry, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, DOI: 10.1080/15256480.2017.1305313

- Mitha Fadilla Noor (2014) Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* King Thai Tea Bandung Jurnal Riset Manajemen. November 2014, Vol 3, No 2
- ML. Endang Edi Rahaju (2018) Pengaruh Karakteristik Bintang Iklan dan E-Commerce Terhadap Minat Beli Ulang Produk Fashion di Kota Madya Madiun, Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi; ISSN: 2302 - 4747
- Mohammad Feizal Firdaus, & Era Agustina Yamini. (2023). Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Sandal Merek Eiger. ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(3), 1154–1160.
- Nana Dyki Dirbawanto, Rr Endang Sutrasnawati (2016) Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* VOL 5 NO 1 (2016): Management Analysis Journal
- Nauffal Navarone, Susi Evanita (2019) Pengaruh Service Quality dan Brand Trust terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction sebagai Mediasi pada Produk Smartphone Samsung di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha Volume 01 Nomor 02 2019 ISSN: Online 2655-6499
- Novia Indah Lestari, Heni Iswati (2021) *The Effect Of Smes Product Quality And Social Media On Repurchase Interest With Customer Satisfaction As An Intervening Variable* Kurs : Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis e- ISSN 2527-8215 Vol. 6 No. 1, Juni 2021 (24-40)
- Novita Sari, Muhammad Saputra, Jamaluddin Husein (2017) Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com *Jurnal Manajemen Magister*, Vol. 03. No.01
- Rama Chandra Jaya, Sunu Puguh Hayu Triono (2019) Analisis Pengaruh *Social Media Engagement* Dan *After Sales Service* Terhadap *Online Store Image* Ukm Serta Dampaknya Terhadap Brand Jurnal Indonesia Membangun ISSN : 1412-6907 ISSN : 2579-8189, Vol. 18, No. 3.

- Risalatul, Qudwa Nirmala Putri (2021) PENGARUH MEAL EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Konsumen Warung Nongkrong Bandar Lampung). Undergraduate thesis, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Siti Rohani, M. Hufron, Mohammad Rizal Pengaruh Media Sosial Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Ulang Dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Ms Glow Aesthetic Clinic Malang) e – Jurnal Riset Manajemen
- Stanley Muliawan , Drs. Sugiono Sugiarto.M.M. Pengaruh *Food Quality* dan Ketersediaan Produk Terhadap *Repurchase Intention* Produk Sari Roti di Surabaya
- Stefanie Adelia (2018) Pengaruh Online Promotion Terhadap *Repurchase Intention* Dengan *Consumer Perception* Sebagai Mediasi Pada Travel Online Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 12, No. 2, 94—100 ISSN 1907-235X / e-ISSN 2597-615X
- Thomas Kevin Putra Bawono, Tong ; Hartono Subagio Analisa Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Brand Trust* Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya.
- Trinanda, Trinanda Undergraduate thesis, IAIN KUDUS. Pengaruh E-Service Quality, eWOM dalam Perspektif Islam, dan Sales Promotion pada saat Special Event Day terhadap Impulse Buying Pengguna Aplikasi Shopee. (2023)
- Y.B Andri (2009) Analisis Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keinginan Pembelian Ulang, Studi Kasus Di Universitas Bunda Mulia. usiness & Management Journal Bunda Mulia, Vol: 5, No. 1
- Yenny Logiawan dan Dr. Hartono Subagio,M.M. (2014) Analisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014) 1-11

Zulfi Amandar Pasaribu, Onan Marakali Siregar Pengaruh Consumer Trust dan E-Payment Terhadap Brand Trust pada Pengguna Tokopedia bagi Mahasiswa di Kota Medan Vol. 3 No. 1 (2023): Journal of Social Research
<https://doi.org/10.55324/josr.v1i6.121>