

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Riski, I Gusti Ayu Imbayani, & I Made Surya Prayoga. (2024). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Dan Digital Marketing Terhadap Repurchase Intention Produk Sandal Nanas Id Di Denpasar . *Jurnal Emas* , 5(1), 28–38.
- Adesya Aina Nur Fadlilah, & Arif Muanas. (2025). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(2), 583–597.
- Anandha Shafitry, M., & Octaviani, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan E-Wom Dengan Brand Image Sebagai Mediasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Realme Di Kota Pontianak. *Jurnal Equilibrium Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti*, 10(1), 210–220. <https://doi.org/10.54035/jem.v10i1.455>
- Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Media Qiara, Ed.; pertama). CV. Penerbit Qiara Media.
- Anang Firmansyah, & Anita Roosmawarni. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Qiara Media.
- Andrian Wahyu Laksono, & Nanang Suryadi. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PELANGGAN GEPREK BENSU DI KOTA MALANG. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1), 8–16.
- Auditia Setiobudi, & Priscilla Veliana Audrey. (2021). THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION TO REPURCHASE INTENTION WITH SATISFACTION AS MEDIATION (A STUDY ON REGIONAL TYPICAL FROZEN FOOD PRODUCTS). *Review of Management and Entrepreneurship*, 05(01), 45–58.
- Budianto, Y. P., & Budiatmo, A. (2019). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 220–229. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26326>
- Chandra, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas produk, Inovasi dan Interaksi Pelanggan terhadap Brand Image. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 2(2), 73–79. <https://doi.org/10.59086/jam.v2i2.328>

- Charisma, Lady, & Suprpti, N. W. S. (2020). PENGARUH NILAI UTILITARIAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN UNTUK MENINGKATKAN NIAT BELI ULANG (Studi pada Pengguna Aplikasi E-Money Merek OVO di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(6), 2147. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i06.p05>
- Dadang Suhardi, & Rika Irmayanti. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *JURNAL INSPIRASI BISNIS & MANAJEMEN*, 3(1), 53–62.
- Debi Eka Putri, Acai Sudirman, Asep Dadan Suganda, Riana Dewi Kartika, Erni Martini, Heni Susilowati, Bambang, Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, Rizka Zulfikar, Tati Handayani, Gusti Putu Eka Kusuma, Diana Triwardhani, Neneng Kartika Rini, Widya Nur Bhakti Pertiwi, & Astil Harli Roslan. (2021). *Brand Marketing*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Dhika Sekar Mawardani, & Edy Purwo Saputro. (2025). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian brand 3second dengan citra merek sebagai variabel intervening. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 10(1), 28–35.
- Dita Rahmi Rahayu, Heri Pratikto, & Ely Siswanto. (2023). PENGARUH HARGA DAN INOVASI PRODUK TENTANG NIAT M EMBELI MOBIL LISTRIK WULING DENGAN CITRA MEREK SEB AGAI VARIABEL INTERVENING: STUDI TENTANG CALON KON SUMEN MOBIL LISTRIK DI JAWA TIMUR. *Jurnal Internasional Bisnis, Hukum, Dan Pendidikan*, 4(2), 517–525.
- Effendy, F. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo dengan Intervening Brand Image. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 163–180. <https://doi.org/10.17509/jimb.v11i2.24444>
- Ellitan, L., Sindarto, J., & Agung, D. A. (2023). The Influence of Brand Image and Product Innovation on Customer Repurchase Intention through The Mediation of Customer Satisfaction Towards Indomie. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 4(1), 32–45. <https://doi.org/10.24123/jeb.v4i1.5275>
- Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>

- Fahmi Alif Ardiansyah. (2024). PENGARUH VIRAL MARKETING DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA INSTAGRAM KOTA MALANG. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 09(01).
- Gea Dwiki Yustanto, Anas Vhio Sadewa, Andri Eka Saputra, Alvira Choirunissa Putri, Savna Cindy Claudia, Aditya Candra, & Ahmad Nurrohim. (2024). Etika Bisnis dalam Islam: Pedoman Sukses dengan Kejujuran dan Keadilan. *TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis Syariah*, 1(2).
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). In Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (n.d.). *Partial Least Squares “Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0”* (1st ed.). In Yoga Pratama. Yoga Pratama.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares “Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0”* (1st ed.). In Yoga Pratama. Yoga Pratama.
- Guenther, P., Guenther, M., Ringle, C. M., Zaefarian, G., & Cartwright, S. (2023). Improving PLS-SEM use for business marketing research. *Industrial Marketing Management*, 111, 127–142. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.03.010>
- Gusti RAYI, & Muhammad ARAS. (2021). How Product Innovation and Motivation Drive Purchase Decision as Consumer Buying Behavior . *Journal of Distribution Science*, 19(1), 49–60.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS* (8th ed.).
- Huang, T. (2023). Using SOR framework to explore the driving factors of older adults smartphone use behavior. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 690. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02221-9>
- I Dewa Gde Agung Ekaprana, I Made Jatra, & I Gusti Ayu Ketut Giantar. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG . *E-Jurnal Manajemen*, 9(8), 2895–2914.
- Jaya Utomo, A., & Rahyuda, I. K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai

- Variabel Mediasi Pada Kasur Busa Merek Royal Foam Di Denpasar. *RELASI : JURNAL EKONOMI*, 21(1), 45–60. <https://doi.org/10.31967/relasi.v21i1.956>
- Juven Anderson, & Nur Hidayah. (2023). PENGARUH KREATIVITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(01), 185–194.
- Kadek Devasya Devi Urmili, & I Gst. Ngurah Jaya Agung Widagda K. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Minuman Kopi Kenangan di Denpasar. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 5(2).
- Kim, M., Kim, E. J., & Busser, J. A. (2022). Food delivery now or later: The match-up effect of purchase timeframe and review recency. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103143. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103143>
- Kus Indah Rohits Oktavia, & Joko Samboro. (2023). PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MIXUE ICE CREAM & TEA SOEKARNO-HATTA MALANG . *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 17(01).
- Lilis Kayawati, & Esa Kurnia. (2021). MEMBANGUN CITRA MEREK SESUAI KONSEP SYARIAH. *Economic and Business Management International Journal* , 3(3).
- Made Nafshya Ananda Putri, & I Putu Gde Sukaatmadja. (2018). PERAN BRAND IMAGE MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI ULANG. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 5983–6010.
- Mersi, M., & Suhardi, S. (2024). Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Pelajar SMK di Kota Batam. *ECo-Buss*, 6(3), 1065–1078. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.785>
- Nadira Regita Putri, Mohamad Rizan, & Ika Febrilia. (2024). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DENGAN CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA E-COMMERCE DI JAKARTA . *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(3), 1707–1725.
- Niken Faradilla Sandy, & Ajeng Aquinia. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT

- BELI ULANG (Studi Pada APOTIK K24 CABANG GUBUG). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 801–809.
- Nugroho J. Setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* (Revisi). Kencana Prenada Media Group.
- Nur Mukhlis, & Anindhya Budiarti. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk yang Dimediasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Economics Technology And Entrepreneur*, 01(01).
- Nurindra, H. T., & Mugiono, M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Atribut Produk dan Electronic Word of mouth terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(1), 26–35. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.1.04>
- Pebriana Aryadhe, & Ni Made Rastini. (2016). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang di PT Agung Toyota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 05(09), 5695–5721.
- Perumal, S., Ali, J., & Shaarih, H. (2021). Exploring nexus among sensory marketing and repurchase intention: Application of S-O-R Model. *Management Science Letters*, 1527–1536. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.12.020>
- Praja, A. D., & Haryono, T. (2022). THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON REPURCHASE INTENTION MEDIATED BY CONSUMER SATISFACTION STUDY AT UNIQLO IN SOLO. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i2.5498>
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023*. CV. Lentera Ilmu Madani.
- Rahimah, L. N., Murni, Y., & Lysandra, S. (n.d.). Pengaruh Penyajian Laporan Keuangan Desa, Lingkungan Pengendalian Dan Moralitas Individu Terhadap Pencegahan Fraud Yang Terjadi Dalam Pengelolaan Alokasi Dana Desa. 2018, 6(12).
- Risa Nurlia, Wuryanti Indriani, & Lestari Wuryanti. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi (Studi Kasus Mobil Pajero Sport Cabang Lampung Selatan). *Jurnal Jejama Manajemen Malahayati*, 3(2).

- Rizki Akbar Ramadhan, & Mochamad Nasito. (2023). Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Operasional Perusahaan (Studi pada Brand Erigo di Marketplace Shopee). *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(02), 86–97.
- Rosyihuddin, M., Sudarmiati, S., & Hermawan, A. (2022). The Influence of Viral Marketing, and Product Innovation on Repurchase Intentions through Mediation of Purchase Decision. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 568–581. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i3.1962>
- Sandi Nur Fikri, Siska Dwi Novianti, & Sabrina Luna Rahelia. (2022). Literature Review Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen: Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Pembeli. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1).
- Santika, K. J., & Mandala, K. (2019). PERAN BRAND IMAGE DALAM MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI ULANG. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6139. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i10.p14>
- Shela Safirasuri, & Ulta Rastyana. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Jago Coffee di Jakarta Selatan. *Glory : Global Leadership Organizational Research in Management*, 2(4), 205–216.
- Sopio Saputra, Sania Vereysita, Marcella Gouwami, Tri Lathifah Mesi Andayani, & Muhammad Abdullah. (2024). DINAMIKA MINAT BELI KONSUMEN: PERAN KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI YANG EFEKTIF DI SHOPEE. *MANAJEMEN : JURNAL EKONOMI USI*, 6(2), 248–260.
- St. Rahma. (2023). Inovasi dalam Bisnis Halal. *Alkasb: Journal of Islamic Economis*, 2(2).
- Sugiyono. (2020a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2020c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Suri Amilia, & M. Oloan Asmara Nst. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Xiaomi di Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 6(1), 660–669.
- Suyaman, D. J., Andriani, E. F., Alifiana, S., Juniar, D., & Azzahra, F. (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Sepeda

- Motor Suzuki Satria F150 (Survei pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 472–587. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.361>
- Tajudinnur, M., Fazriansyah, F., Ferdian, R., Iskandar, I., & Ilham, I. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Sebatik*, 26(2), 673–687. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i2.2112>
- Tresna Pradana Santana, & Sri Astuti Pratminingsih. (2025). Pengaruh Store Atmosphered dan Product Innovation Terhadap Repurchase Intention yang Dimediasi oleh Customer Satisfaction Konsumen Mixue Di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(3).
- Ummu Kalsum Rahim R, Oesman Lewangka, & Andi Mappatempo. (2023). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Citra Merek Pada UMKM Pakaian Muslimah di Kota Makassar. *JURNAL ILMIAH MULTIDISIPLIN AMSIR*, 1(2).
- Vera Maria, Komang Windi Yuniantari, & Mustika Ayu Cahaya Lintang. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang pada Online Fashion Industry di Indonesia. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 20–31. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i3.1499>
- Vina Ayu Septiani, Cici Ika Wijayanti, Umiana Larasati, Amira Khansa Nazhiifah, & Saifuddin Zuhri. (2024). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PADA KOPI KELILING SEBAGAI ALTERNATIF GAYA HIDUP GEN Z. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(4).
- Warti'ah, W., Ayu Kinanti, R., & Wirdah Ningrum, C. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 12(2), 220–236. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v12i2.1565>
- William Tanuwijaya, Steven Tandrayuwana, & Adriana Aprilia. (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI MINUMAN KOPI MELALUI MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI GENERASI Z DI KOTA SURABAYA. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(1), 50–58.