

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2021). Manfaat pemasaran media sosial instagram pada pembentukan brand awareness toko online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(02), 215-222.
- Adriani, N. N., & Warmika, I. G. K. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi nilai terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), 1956-1984.
- Agussalim, M., & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317-335.
- Amerta, K. A. PERAN KEPUASAN PELANGGAN MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG PRODUK TOKO KOPI DAMAR.
- Antari, N. M. H., & Pratiwi, K. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 43. <https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.1056>
- Asyorori, M., & Andani, W. ANALISIS REGRESI VARIABEL MEDIASI DENGAN METODE KAUSAL STEP. *Bimaster: Buletin Ilmiah Matematika, Statistika dan Terapannya*, 12(1).
- Baskara, R. F., Mardiatmi, B. D. A., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Traveloka. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1645–1659.
- Buwono, R. I., Filemon, G., Wisudawati, T., & Saputro, W. A. (2021). The effect of customer satisfaction and brand equity on the interest in repurchasing sugar. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 2(1), 29-37.
- Dewi, I. G. A. P. R. P., & Ekawati, N. W. (2019). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 2722. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p05>

- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap niat pembelian ulang. *Sumber*, 5(65.682), 15-20.
- Febtiani, T. A. (2022). “*Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Lip Product Emina Melalui Citra Merek*” (Skripsi - Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta).
- Ferdinand, A. (2018). *Structural Equipment Modelling 5th edition* Semarang: *Badan Penerbit Unoversitas Diponegoro*.
- Firdaus, F. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Private Label Indomaret (Studi Pada Konsumen Indomaret Di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 9(1), 1-14.
- Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 22.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jasin, M., & Firmansyah, A. (2023). Uncertain Supply Chain Management The role of Service Quality and Marketing Mix on Customer Satisfaction and Repurchase Intention of SMEs Products. *Uncertain Supply Chain Management*, 11, 1–8. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.9.004>
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks, Jakarta.
- Kusumadewi, N., & Saraswati, T. G. (2020). The effect of customer satisfaction on repurchase interests at the scarlett official store at shopee and tokopedia. *ISSN: 2355-9357 e-Proceedings of Management*, 7(2), 6476-6489.
- Kusumo, M., & Vidyanata, D. (2022). The Mediation Effect of Customer Satisfaction on the Relationship Between Service Quality on Repurchase Intention: An Evidence From the Service Industry. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 11(1), 71–88. <https://doi.org/10.37715/jee.v11i1.3120>
- Lupiyoadi, H., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 525.

- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2022). Determination of Public Purchasing Power and Brand Image of Cooking Oil Scarcity and Price Increases of Essential Commodities. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(1), 36-46.
- Marbun, MB, Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Berulang (Tinjauan Pustaka Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3 (2), 716-727.
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Sunaryo, D. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan merek terhadap niat Pembelian ulang di toko online tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 8(1).
- Molinari K.L, Russell Abratt, & Paul Dion. (2008). Satisfaction, quality and value and effects on repurchase and positive word-of-mouth behavioral intentions in a B2B services context. *Journal of Services Marketing*, 22(5), 363–373.
- Nabila, N. I., Sari, A., & Paujiah, S. (2022, April). The Effect of Perceived Price, Delivery Quality and Perceive Value on Purchase Intentions Mediated by Consumer Satisfaction (Study on E-commerce In Indonesia During Covid 19 Pandemic). In *ICEBE 2021: Proceedings of the 4th International Conference of Economics, Business, and Entrepreneurship, ICEBE 2021, 7 October 2021, Lampung, Indonesia* (p. 434). European Alliance for Innovation.
- Nathadewi, K. S., & Sukawati, T. G. R. (2019). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Lion Air. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6658.
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(2020), 357-380.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer behavior & marketing strategy*. McGraw-hill.
- Putra, I. G. J. K., & Suparna, G. (2020). *Pengaruh service quality terhadap customer loyalty dengan customer delight sebagai variabel mediasi* (Doctoral dissertation, Udayana University).

- Rohmatin, I., & Andjarwati, A. L. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Pengguna terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 104–112.
- Saha, S. K., Duarte, P., Silva, S. C., & Zhuang, G. (2022). The Role of Online Experience in the Relationship Between Service Convenience and Future Purchase Intentions The Role of Online Experience in the Relationship Between Service Convenience and Future Purchase Intentions. *Journal of Internet Commerce*, 0(0), 1–28. <https://doi.org/10.1080/15332861.2022.2045767>
- Setyorini, A. R., Ngatno, N., & Hidayat, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Merek terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediator. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 657-665.
- Sudarto. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi Kualitas Layanan dan Niat Beli Kembali pada Ojek Online di Indonesia. *Manajemen & Kewirausahaan*, 3(2), 101–110.
- Sugiyono. (2019). “*Metode Penelitian Kuantitatif*”. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2004. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1).
- Syofian Siregar. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Kencana Prenada Media, hal.47).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Andi Publisher.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Andy Offset, Yogyakarta.
- Tong, M. (2022). Customer’s Craft Beer Repurchase Intention: the Mediating Role of Customer Satisfaction. *International Journal of Food Properties*, 25(1), 845–856. <https://doi.org/10.1080/10942912.2022.2066122>
- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Dewi, N. S. (2023). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH

KEPUASAN PELANGGAN PT UNILEVER INDONESIA Tbk: Abstrak, Pendahuluan, Landasan Teori, Metode Penelitian, Hasil dan Pembahasan, Simpulan dan Saran, Daftar Pustaka. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 12(01), 263-276.

- Widyasari, K. A., & Suparna, G. (2022). The Role of Brand Image in Mediating the Effect of Celebrity Endorsers on Repurchase Intention. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 179-183.
- Wijayanti, H. T., & Almaidah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang D'fresco Donut Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediiasi. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(2), 225-238.
- Wiradarma, I. G. N., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pull & Bear Kuta – Bali. *E-Jurnal Manajemen*, 8(6), 3987–4016.
- Wisnumurti, Adhika., 2010. “*Analisis Pengaruh Corporate Governance Terhadap Hubungan Asimetri Informasi dengan Paraktik Manajmen Laba (Studi pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI)*”. Thesis Universitas Diponegoro. Hal 1-92
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 923-926.