

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Herman. 2013. Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kasus: Pada Pt Hero Gas Jaya Ponorogo). Ekomaks. Volume 2 Nomor 1: 77-89.
- Azhari, Mila, Naili Farida & Saryadi. 2014. "Pengaruh Store Image, Store Atmosphere, Brand Association dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Repurchase) (Studi Pada Konsumen The Body Shop di Java Mall Semarang). Diponegoro Journal Of Social And Politic. Tahun 2014. Hal. 1 – 10.
- Desy, Ifka A.S. 2012. *Pengaruh customer perceived value terhadap word of mouth pelanggan Garuda Indonesia (Studi pelanggan di Depok). Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Indonesia.*
- Dewi, I., & Ekawati, N. W. (2019). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image terhadap Repurchase Intention. E. Jurnal Manajemen, 8(5), 2722-2752.
- Eko, Setyawan. (2018). Persepsi Produk Coffee Shop Cuppajo Terhadap *Repurchase Intention* Di Yogyakarta. Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No. 8.
- Ferdinand, Augusty, 2012, Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Freddy Rangkuti. 2012. Studi Kelayakan Bisnis & Investasi. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gantara, G., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2013). Analisis pengaruh kualitas layanan dan perceived value terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis, 1, 40-48.
- Ganthika, Diki., Wahdiniwaty, Rahma. (2020). The Effect of Customer Value on Customer Loyalty at Bandung Tourist Location. International Conferences on Business, Economic, Social Science, and Humanities.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo, W. 2007. Metodologi Penelitian. Jakarta : Grasindo.

- Gunawan, Imam. 2016. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Handayani, Rahab, Nawarini, (2015), Peran Perceived Value Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Membangun Loyalitas Pengguna Kartu Seluler, Jurnal Media Ekonomi Dan Manajemen Vol. 30, No.1.
- Hayu, Anggoro, Rosyidi. (2019) Pengaruh Brand Image, Perceived Price, Perceived Quality, Trust, Dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Website Traveloka. Skripsi Thesis, Universitas Airlangga.
- Henslowe, P. 2008. Public Relation, A Practical Guide to the Basics. Kogan Page Ltd, USA.
- Hermawan Tan dan Ritzky Brahmana, (2019) Pengaruh Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada shopee, AGORA Vol. 7, No. 1 (2019).
- Herry, Irawati. 2011. Kesiapan Produsen Mebel di Jepara dalam Menghadapi Sertifikasi Ekolabel, Jurnal JMHT Vol.XVII, EISSN 2089-2063, ISSN 2087-0469, Intitut pertanian kampus IPB Bogor, Bogor.
- Howard, Jhon A, Shay dan Christoper, 2012. Measuring The Effect of Marketing Information on Buying Intentions, Journal of Servise Marketing Vol 32. No 2.
- Husein Umar 2008 : Metologi Penelitian Raja Frafindo. Jakarta.
- Joko Subagyo, 2006, Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek, Rineka Cipta, Jakarta.
- Juwairiyah, S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Perceived Price Terhadap Repurchase Intention Pada Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air (Studi Pada Mahasiswa/I S1 Universitas Brawijaya Malang). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 7.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Murtadana, Ricky. 2014. Pengaruh Komparatif Sikap terhadap Iklan Soft dan Hard Copy pada Minat Beli Konsumen. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Resseffendi. (2010). Metode Penelitian. NASPA Journal, 33, 26–36.

- Roslina. 2010. "Citra Merek: Dimensi, Proses Pemngembangan Serta Pengukurannya." *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 6 No 3, Mei 2010: 333-346.
- Saputri, M. E. & Pranata, T. R. (2014). Pengaruh Brand Image Terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone Iphone. *Jurnal Sosioteknologi*, 13.
- Saputri, S. M., & Kurniawati. (2015). Pengaruh Perceived Quality Dan Perceived Value, (2013), 1–7.
- Sari, N.K.L. dan Santika, I.W. (2017), Pengaruh Brand Image, Brand Association, dan Brand Awareness Terhadap Repurchase Intention Produk Smartphone Merek ASUS, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6 No. 8, pp. 4099-4126.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall
- Simamora, Bilson. 2014. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sofia Agata Sarapung, (2019) *Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction (Studi Pada Salon Kecantikan Skin Origin Di Kota Palu)*. Undergraduate Theses Thesis, Universitas Tadulako.
- Subagja, N. A., & Permana, D. (2016). Pengaruh Brand Image, Brand Equity Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda. *Ekonomi dan Bisnis*, 1-8.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanty, A., Dan Adisaputra, B. N. (2011). "Pengaruh Brand Image Speedy Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kecamatan Banyumanik Semarang". *Jurnal Teknik Idustri Undip* Volume Vi, No 3, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Tjiptono & Chandra, G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI.

- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wijaya, T., Nurhadi, & Kuncoro, A.M. (2015). Intensi Berwirausaha Mahasiswa: Perspektif Pengambilan Risiko. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol.19 No.2 (109-123).
- Winata, E., & Sesilya, K. (2021). Analisis Pengaruh Perceived Value Dan Service Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Toko Emas Sentral Makassar. *Agora*.