

Daftar Pustaka

- Adrian Gae Lomi 2016. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat beli ulang Kartu Perdana XL Axiata di Semarang*. Diponegoro Journal of Management. Vol.6 (No.2): pp 1-11.
- Arif & Purwanti 2018. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) di Media Sosial Instagram Terhadap Minat beli ulang Konsumen (Studi Pada Richeese Factory)”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Vol 4, No 2.
- Astuti. 2020. “Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Yamaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.” *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)* 1(1):32–42.
- Faradisa Isti 2016. “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café)”. Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016.
- Firdayulia 2021. “*Electronic Word of Mouth (E-WoM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*”. Jurnal Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia. 218-230.
- George Silverman dalam Viranti 2012. “Pengaruh brand awareness dan kepercayaan konsumen atas merk terhadap keputusan pembelian ulang minuman Aqua di kota Padang”. Universitas Airlangga. Surabaya: Majalah Ekonomi. Tahun XVII. No. 2.Agustus.Hal. 145 – 156.
- Hasan Ali. 2018. “Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan Pertama. Media. Pressdindo”.
- Hermawan et al. 2016. “*Analisis Pengaruh Promosi, Word of Mouth, Dan Brand Awareness Terhadap Pembentukan Minat beli ulang Pada Coffee Groove Semarang*. Journal of Management. Vol 4, No1, Hal1-10
- Indah & Budianto 2018. “*Electronic Word of Mouth (E-WoM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*”. Jurnal

- Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia. 218-230.
- Isra Ul Huda 2020. “*Pengaruh Store Atmosphere Dan Brand Awereness Terhadap Minat beli ulang Ulang Konsumen Pada Warung Kopi 88 Banjar Indah Permai Melalui Kepuasan Konsumen*” Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online) Vol. 4, No. 4
- Junni Kalangi 2019. “*Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di 24 Mart Manado*”. Jurnal Emba Vol.2 No.3 September 2019.
- Kotler & Armstrong 2018 “*Prinsip-prinsip Pemasaran*” Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller, 2016 “*Manajemen Pemasaran*” Jakarta: Erlangga.
- Lachram 2020. “*Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth Di Media Sosial Twitter Terhadap Minat beli ulang Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka Hoka Bento*”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Vol 2, No 1.
- Lubis. 2021.”*Pengaruh Eletronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Vie Cafe & Forbidden Distro Di Kota Pandan)*” . Jurnal Akrab Juara, 2021.
- Mardiansyah 2017. “*Pengaruh E-WOM Terhadap Brand Image Dan Brand Trust, Serta Dampaknya Pada Minat beli ulang Produk Smartphone Iphone (Studi Pada Masyarakat Yogyakarta)*” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(3), 266– 275.
- Masinambow 2021. “*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat beli ulang CV. Prayer Mebel Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan*”, Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa Vol. 2 No. 2, 2021
- Mulazid. 2018. “*Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bni Syariah Cabang Fatmawati Jakarta.*” *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 6(1):78. doi: 10.21043/equilibrium.v6i1.3086.

- Mukminin. 2020. “Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Sidoarjo (*The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo*).” *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal* 4(1):54. doi: 10.21070/perisai.v4i1.525.
- Pedersen et al., 2014 “Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat beli ulang Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 12 No. 1.
- Prasuhanda 2018 “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Konsumen Pada Dreezel Coffe Bandung)” *Prosiding Manajemen*, 3(2), 815–820.
- Putri. 2021. “Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Dettol Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Luwes Gentan.” *Jurnal Ekbis* 22(1):69–87.
- Rondonuwu et al., 2020 “Electronic Word of Mouth (E-WoM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan *Cafe* di Surabaya” *Jurnal Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia*. 218-230”.
- Widya Rachma (2019). “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand image terhadap minat beli ulang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 61 No. 2 Agustus 2019”.
- Yunisya Nadya (2017). “Pengaruh *Servicescape* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung)”. *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol. 11, No 2, Desember 2017”.