

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980) *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior Englewood Cliffs*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ali, H. (2013) *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S. and Annisaa', E. (2022) 'Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi', *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), pp. 9–15. doi: 10.14710/genres.v2i1.12271.
- Amstrong, Gary & Philip, K. (2012) *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edited by Alih and B. A. S. dan B. Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Bloemer, Josee, K. de R. & M. W. (1998) 'Linking perceived service quality and service loyalty: a multi-dimensional perspective', *European Journal of Marketing*, Vol.33. No(1996).
- Chin, W. W. (1998) 'The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling', *Modern Methods for Business Research*, 295, p. 336.
- Churchill, G. A. (1979) 'A paradigm for developing better measures of marketing constructs', *Journal of Marketing Research*, pp. 64–73.
- Cronin, J. J. and Taylor, S. A. (1992) 'Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension', *Journal of Marketing*, 56(3), p. 55. doi: 10.2307/1252296.
- Damayanti, D. N., Pudjianto, A. and Maduwinarti, A. (1945) 'Pengaruh Atribut Produk , Store Atmosphere , Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kedai Sate Seafood Loklokipedia Di Cafe Juicy Joys Surabaya', pp. 226–230.
- Desi Peburiyanti, S. (2020) 'Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitaselayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong', *JEMI/Vol.20 /no 1/Juni /2020*, (2020), pp. 29–39.

- Ellitan, L. (1999) *Membangun Loyalitas melalui Customer Satisfaction dan Customer Orientde*. Kompak.
- Falk, R. F. & Miller, N. (1992) *A Primer for Soft Modeling*. Akron: University of Akron.
- Ferdinand, A. (2000) *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*. Semarang: Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Fornell, C. (1992) *National Customer Satisfaction Barometer*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2015) *partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartPLS 3.0*. 2nd edn. Edited by Dedi.
- Gitosudarmo, I. (2012) *Manajemen Pemasaran*. edisi kedua. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Hadi, D. P. (2020) 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Menciptakan Reputasi, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di PT Kianis Pratama)', *Civitas Akademika Universitas Esa Unggul*. Available at: <https://digilib.esaunggul.ac.id/pengaruh-kualitas-layanan-terhadap-menciptakan-reputasi-kepuasan-dan-loyalitas-pelanggan-studi-kasus-di-pt-kianis-pratama-14119.html%0A>.
- Hair J, Hult, Ringle, S. (2014) *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling {PLS-SEM}*. California (US): SAGE Publications, Inc.
- Hair, J. F. et al. (2019) 'When to use and how to report the results of PLS-SEM', *European Business Review*, 31(1), pp. 2–24. doi: 10.1108/EBR-11-2018-0203.
- Hasanah, R. M. (2015) *Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas (Studi pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Bogor)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hidayat, A., Akbar, G. G. and Salamah, U. (2022) 'Pengaruh Implementasi Kebijakan Relaksasi Kredit Dan Budaya Organisasi Terhadap Efektivitas Pencapaian Program Perkreditan', *Ijd-Demos*, 4(2), pp. 842–852. doi: 10.37950/ijd.v4i2.282.

- Howard, J. A. and S. J. N. (1969) *The Theory of Buyer Behavior*. (Edisi Cet. New York: John Wiley and Sons.
- Indonesia, R. *et al.* (2020) 'Jurnal Administrasi Nusantara Mahasiswa (JAN Maha) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Reputasi Bank Sebagai Variabel Intervening pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero): Jurnal Administrasi Nusantara Mahasiswa (JAN Maha)
- Keller, K. dan (2009) *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. E. Jakarta: Erlangga.
- Kuenzel, S., & Halliday, S. (2008) 'Investigating antecedents and consequences of brand identification', *Journal of Product & Brand Management*. doi: 10.1108/10610420810896059.
- Lesmana, A. and Reputation, P. (2019) 'Pengaruh *Trust, Perceived Reputation* Dan Keamanan', V(1), pp. 90–101.
- Magelang, C. P., Lestari, B. and Novitaningtyas, I. (2021) 'Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada', 2(3), pp. 150–159.
- Muhammad Ariasa, Rachma, N. and Priyono, A. A. (2020) 'Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai, Pengalaman Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Yang di mediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Pada Pengguna Smartphone Xiaomi di Kelurahan Dinoyo, Malang)', *e- Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, pp. 113–131.
- Oliver, R. L. (1993) 'Cognitive, Affective and Attribute Base of the Satisfaction Response.', *Journal of Consumer Research*, Vol. 20, pp. 418–430.
- Pasuraman, Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988) 'SERVQUAL : A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality', (January).
- Putra, H. P. (2019) 'Pengaruh Atribut Produk Terhadap Persepsi Nilai Dan Niat Untuk Membeli Kembali (Studi Pada Konsumen Coffee-Shop Jokopi Surabaya) Oleh : Hendrie Prasetya Putra', *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, (2019).

- Renggo, Y. R. (2021) 'Efektifitas Dan Kontribusi Retribusi Daerah Terhadap PAD Di Kabupaten Sumba Timur', *Jurnal Ekonomika*, 12(2), pp. 141–152.
- Sagala, R. (2019) 'Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga, Reputasi Perusahaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jasa Penerbangan Lion Air Pada Pt. Vina Tour & Travel Medan', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, pp. 205–225. doi: 10.54367/jmb.v17i2.415.
- Sangadji, E. M. S. (2013) *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Setyawan, J. (2022) 'Diberikan Oleh Kokobuncit Terhadap Minat Beli Pelanggan Food Blogger Kokobuncit Yang Berada Di Instagram Pada Masa Covid 19 Media Sosial Instagram', 10(1).
- Sudarti, K. (2019) 'Merek Terhadap Minat Beli Ulang', 20(2), pp. 48–61.
- Sukardi, A. and Kamener, D. (2021) 'Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Motor', *Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta*, pp. 5–6.
- Sulistyo, H. (1999) 'Hubungan antara Kualitas dan Kepuasan Pelanggan dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen : Studi pada Empat Industri Jasa di Semarang', *Journal Bisnis Strategi*, Vol. 4, p. 20.
- Suseno. Radito Ibam, Yulianto. Edy, A. Y. (2016) 'Merek (Survei pada Pemilik Mobil Daihatsu Xenia di Kota Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 35(2).
- Sutantio, M. (2004) 'Studi Mengenai Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi (Studi Kasus Produk Merek Sharp di Surabaya)', *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, pp. 243–266. Available at: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/14305>.
- Sutojo, S. (2004) *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Tenenhaus, M., Chatelin Y., and L. C. (2005) 'PLS Path Modeling', *Computational Statistics and Data Analysis*, 48, pp. 159–205.
- Tjiptono, F. (2017) *Manajemen Pemasaran Data*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

- Wahyuningsih, D. *et al.* (2022) 'Studi tentang Dorongan Minat Beli Ulang oleh Pengunjung Kampung Tulip (Bandung)', 5(2), pp. 1214–1226.
- Waldi, D. A. & P. B. S. (2001) 'Analisis Pengaruh Atribut Produk & Promosi terhadap Persepsi Kualitas Motor Merek Milenium (Produk Motor China)', *Jurnal Strategi Bisnis*, Vol.6 Th.I.
- Warta, W. (2017) *Manajemen Reputasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wolok, T. (2018) 'Analisis Persepsi Kualitas, Kepuasan Pelanggan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Jasa Transportasi', *Manajemen & Bisnis Jurnal*, 4(2), pp. 65–76. doi: 10.37303/embeji.v4i2.79.
- Woodside, A. G., Frey, L. L. and Daly, R. T. (1989) 'Linking service quality, customer satisfaction, and behavioral intention', *Journal of Health Care Marketing*, 9(4), pp. 5–17.