

Daftar Pustaka

- Ari, K. (2022). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan *Brand Image* Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset*.
- 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.
- compas.co.id*. (2022).
- Faradisa, I. (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.
- femaledaily.com*. (2021).
- 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*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Cetakan Pe). Cv. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25 (Edisi. Sem). Universitas Diponegoro.
- Gunari. (2019). Pengaruh Label Halal Dan *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Skincare Safi Melalui *Brand Image* Dan *Brand Trust*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*
- Hasan, A. (2018). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan* (Cetakan Pertama). Media. Pressdindo.
- Hermanto, S. &. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Laptop Acer Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal Stei Ekonomi (Jemi)*, Volume 30.
- <https://kumparan.com/>

- Joesyiana. (2018). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, Vol. 4.
- Kotler & Armstrong. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jilid I). Erlangga.
- Kotler & Keller. (2016). Manajemen Pemasaran. Erlangga.
- Nurfitriana, S. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Sebatik*, Volume 22.
- 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.
- Putri, D. E. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Memperhatikan Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Pada Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Swot*, Volume IX.
- Putri, F. C. (2016). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Legipait *Coffeeshop* Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, Vol. 34
- Ramadhania. (2023). Social Media Marketing and Brand Image on Repurchase Intention in Wardah Product. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, Volume 4 No 1
- Ridwan. (2019). Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Alfabeta.
- Sari. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7
- Suliyanto. (2018). Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi (Edisi 1). Andi Offset.
- Viranti, M. S. (2012). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (Ewom)* Di Social Media Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Skripsi Universitas Indonesia*.
- www.kompas.id. (2023).
- www.wowkeren.com. (2020).
- Yunisya, N. (2017). Pengaruh *Servicescape* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung). *Jurnal*

Computech & Bisnis, Vol. 11.