

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2019). Building Repurchase Intention and Purchase Decision : Brand Awareness and Brand Loyalty Analysis (Case Study Private Label Product in Alfamidi Tangerang). *Suadi Journal of Humanities and Social Sciences*, 623.
- Ali, H., & Agussalim, M. (2017). Model Tujuan: Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakaeta. *Jurnal Manajemen*, 21 (3), 317 - 355.
- Andik, S. D., & Rachma, A. F. (2022). the impact of brand awareness, brand association, and perceived quality toward brand loyalty . *E3S Web of Conferences, ICAS 2021*.
- Aquinia, A., & Sholiha, E. (2020). The effect of brand equity dimensions on repurchase intention. *Diponegoro International Journal of Business*, 97.
- Chinomona, R., & Maziriri, E. T. (2017). The Influence of Brand Awareness, Brand Association and Product Quality on Brand Loyalty and Repurchase Intention. *Jorunal of Business and Retail Management Reseach (JBRMR)*.
- Fadli, A. (2017, Agustus 15). *ACE Hardware Hadirkan Layanan Proteksi Bagi Produknya*. Retrieved September 7, 2022, from industrycoid: m.industry.co.id/
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating pada Minat Beli Konsumen di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorse/Brand Ambassador, Harga, dan Desain Produk yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Shopee. *Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keua*

- Ferdinands, L. C. (2019). Pengaruh Brand Loyalty, Word of Mouth, dan Celebrity Endorsement Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Fina. (2021). Strategi Pemasaran Online Yang Dilakukan Pada PT. ACE Hardware.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Budi Utomo.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Yogyakarta: CV : Budi Utomo.
- Gudono. (2011). *Analisis Data Multivariant*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Hamdani, A., & Lupiyanto, R. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Handayani, N. T., & Usman, O. (2021). The Effect of Online Customer Review, Influencer Marketing, Quality Website on Purchase Decisions Online on Online Marketplace Shopee. *Journal Economics*.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*.
- Hidayanti, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(03).
- Irawan, D., & Japariato, E. (n.d.). Analisa Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nilai Kepuasan sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Janah, K. M. (2018). *Titik Terang di Balik Gugurnya Indonesia*. Retrieved 2022

- Kresna. (2021). *Pengertian Asosiasi Merek*. Retrieved from Konsultasi Skripsi: <https://konsultasiskripsi.com/2021/07/29/pengertian-asosiasi-merek-skripsi-dan-tesis/>
- Lameng, A. C. (2019). Analisis Tingkat Brand Loyalty Dan Tingkat Brand Awareness Pada Produk Mi Instan Merek Indomie.
- Lin, C., & Lekhawipat. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian kembali online. *Manajemen Industri dan Sistem Data*, 114 (4), 569-611.
- Margaretha, F. (2017). Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online Pada Shopeeholic Di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*.
- Mu'nis, H., & Komaladewi, R. (2020). Analisis Komparatif Online Customer Review dan Survey Review Marketig Mix. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 15(3).
- Nainggolan, R., & Purba, E. (2019). Perbaikan Performance Cluster K-means Menggunakan Sum Squared Error (SSE) Pada Analisis Online Customer Review Terhadap Produk Toko Online. *Journal Times*, VIII (2), 1-8.
- Novianti, V., & Ruslim, T. S. (2022). Pengaruh Product Quality, Monetary Promotion terhadap Brand Loyalty dengan Satisfaction dan Brand Image sebagai Mediasi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*.
- Puanda, F., & Rahmidani, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Purba, S. (2019). Pengaruh brand ambassador terhadap kepuasan pelanggan Grab Car di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Purnama, R., & Hidayah, A. A. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN KEPERCAYAAN

TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA PENGARUHNYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Tirtayasa Ekonomi*.

- Putra, D. A. (2021). Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas. *Journal Undip*.
- Rahman, S. H., & Ronny. (2017). Analysis of Brand Trust, Brand Image, and Brand Satisfaction on Brand Loyalty and Repurchase Intention. *STIE Perbanas Surabaya*, 298.
- Ramadhanty, G. P. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora*.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Graedia Pustaka Utama.
- Sari, D. P., Khair, H., & Rambe, M. F. (2022). Pengaruh Online Customer Review, E-Recovery Service Quality, Terhadap Kepuasan Pelanggan Dimediasi Oleh Trust Pada Ayu Shop Tebing Tinggi. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
- Sari, F. P. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-Commerce Pada Mahasiswa UMSU. *Skripsi UMSU*.
- Sarjono, Hayadi, & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L., & Leslie, K. (2019). *Customer Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Sitepu, E. P. (2008). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Skripsi Universitas Sanata Dharma*.

- Sukawati. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet di Kota Makassar. *Phinisi Integration Review*.
- Suriyanto, B. (2019). *Pengantar Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sutrisna, A. (2017). Hubungan Kredibilitas Dosen Public Speaking dengan Keterampilan Berbicara Mahasiswa. *Skripsi. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran, Bandung*.
- Tarore, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomarco Prismatama Manado. *Jurnal EMBA*.
- Tjiptono, F. (1997). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Verinita. (2019). KETERKAITAN VARIABEL BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, BRAND QUALITY DAN BRAND VALUE TERHADAP BRAND LOYALTY. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Wahyudi, T., Handayani, B., & Sarmo, S. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion (Shopee Online Shop). *JRM Vol 19, No 1*.
- Wang, E. S., & Tsai, M. C. (2019). Effect of the perception of traceable fresh food safety and nutrition on perceived healthy benefits, affective commitment, and repurchase intention. *Food Quality and Preference*.
- Widjaja, Y. G. (2019). Effect of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality and Brand Loyalty on Purchasing Decision : Case Study on ACE Hardware Indonesia Consumers . *International Journal of Advanced Engineering, Management*

and Science (IJAEMS), 542.

