

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2003). *Manajemen Produksi dan Industri kecil*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Adi, A. P. (2022). *Strategi Efektif Internet Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Afnina, A. & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9 (1), 21-30.
- Alibabaneews.com. 12 Maret 2021. 10 Tren Industri Kecantikan Global 2021. Retrieved from <https://id.alibabaneews.com/10-tren-industri-kecantikan-global-2021/>
- Almana, M. & Mirza, A. (2013). *The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumer's Purchasing Decisions. International Journal of Computer Applications*, 82 (9), 23–31.
- Amelia, I. F., & Mahfudz, M. (2022). Pengaruh Review Pelanggan dan Acara Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Impulse Buying sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 11 (6), 1-13.
- Amoako, G. K., Doe, J. K., & Neequaye, E., E. (2021). Online Innovation and Repurchase Intention in Hotels: The Mediating Effect of Customer Experience. *International Hospitality Review*.
- Ananda, N. A., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *e-Proceeding of Management*, 8 (2), 1440-1449.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk terhadap Minat Beli Ulang Emina pada Official Store Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2 (2), 62-75.
- Assuari, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajawali
- Atome.id. 27 Juni 2022. 9 Alasan Penting Mengapa Kamu Harus Menggunakan Skincare. Retrieved from <https://www.atome.id/blog/9-alasan-penting-mengapa-kamu-harus-menggunakan-skincare>.
- Augusty, F. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah dan Distribusi Penduduk 2020*. Indonesia: BPS.

- Bppk.kemenkeu.go.id. (2015). Penghasilan Kelas Menengah Naik = Potensi Pajak?. Retrieved from Kementerian Keuangan Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan website: <https://bppk.kemenkeu.go.id/pusdiklat-pajak/berita/penghasilan-kelas-menengah-naik-potensi-pajak-922473>.
- Chinomona, R., & Maziriri, E. E. (2017). *The Influence of Brand Awareness, Brand Association and Product Quality on Brand Loyalty and Repurchase Intention: A Case of Male Consumers for Cosmetic Brands in South Africa*. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12 (1), 143-154.
- Dewi, I. G. A. P. R. P., & Ekawati. N.W. (2019). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen*, 8 (5), 2722-2752.
- Effendi, S., & Singarimbun, M. (2006). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9 (8), 2895-2913.
- Elwada, A., & Lu. K. (2016). *Perceived Derived Attributes of Online Customer Review*. *Computers in Human Behavior*, 306-319.
- Fairuz, A. D., & Jatmiko, J. (2022). Pengaruh Product Quality, Service Quality terhadap Intention to Repurchase Melalui Customer Satisfaction pada E-Commerce Sociolla. *Journal Advancement Center for Finance and Accounting*, 2 (3), 100-117.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Semarang: AGF Books.
- Feng, H., Morgeson III, F. V., & Chen, Y. (2020). Exploring the Relationship Between Product Quality and Repurchase Intention: The Role of Customer Satisfaction and Brand Loyalty. *Journal of Business Research*, 111, 152-161.
- Ferrinadewi, E. (2005). Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Komestik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Filieri, R. (2014). *What Makes Online Reviews Helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM*. *Journal of Business Research*, 68 (6).
- Gaza, V. (2022). *Pengaruh Cafe Atmosphere, Customer Experience, Online Customer Review Terhadap Electronic Word Of Mouth dengan Keputusan*

Pembelian Sebagai Variabel Intervening pada Kedai Join Coffee Ketapang, Universitas Tanjungpura, Pontianak.

- Ghassani, M. T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vacuum melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pelanggan PT Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Science*, 1-8.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square* (Konsep, Teknik, dan Aplikasi) menggunakan program SmartPLS 3.0. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ginting, Y. M., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). Repurchase Intention of e-Commerce Customers in Indonesia: An Overview of the Effect of e-Service Quality, e-Word Mouth, Customer Trust, and Customer Satisfaction Mediation. *International Journal of Data and Network Science*, 7, 329-340.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 2nd Edition. California: Sage Publications.
- Henslowe, P. (2008). *Public Relations, A Practical Guide To The Basics*. USA: Kogan Page Ltd.
- Hicks, J. M., Page Jr, T. J., Behe, B. K., Dennis, J. H. R., & Thomas. (2005). *Delighted Consumers Buy Again. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*, 18, 94-104.
- Huang, L., Huang, Y., & Chen, C. (2017). Can online reviews reveal a product's true quality: empirical findings and analytical modeling of online word-of-mouth communication. *International Journal of Information Management*, 37(2), 157-168.
- Ihsan, M. N., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya terhadap Minat Beli Ulang. *Forum Ekonomi*, 24 (1), 170-176.
- Justika, U. (2021). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Persepsi Nilai terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Kec. Kramat Jati). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta*.

- Kamwendo, A. R., & Maharaj, M. (2022). *The Preference of Consumers When Selecting Skin Care Products*. *Journal of Contemporary Management*, 19 (1). 1-25.
- Keller, K. L., & Swaminathan, J. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring and Managing Brand Equity*. 15th Edition, United States of America: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition, United States of America: Pearson.
- Kusuma, P. D., & Suryani, A. (2017). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Marketing Mix terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6 (3), 1398-1424.
- Liu, Y., Wan, Y., Shen, X., Ye, Z., Wen, J. (2021). Product Customer Satisfaction Measurement Based on Multiple Online Consumer Review Features. *Information*, 1-16.
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses*. Yogyakarta: Kobis.
- Mo, Z., Li, Y., & Pan, P. (2015). *Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior*. *Journal of Service Science and Management*, 8, 419-424.
- Pechyiam, C., & Jaroenwanit, P. (2014). The factors affecting green brand equity of electronic products in Thailand. *The Macrotheme Review*, 3 (9), 1-12.
- Permatasari, L. D., & Santosa, S. B. (2021). Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10 (4), 1-6.
- Pratiwi, A. U., & Chan, S. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Shopping Experience* terhadap *Repurchase Intention* yang Dimediasi oleh *Trust* (Studi Kasus pada Online Marketplace). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6 (4), 750-765.
- Prawirosentono, S. (2002). *Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Putri, K. A. M. A., & Yasa, N. N. K. (2022). The Role of Customer Satisfaction as Mediating Variable on the Effect of Brand Image towards Coffee Shop Customer's Repurchase Intention. *European Journal of Business and Management Research*, 7 (2), 149-154.

- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6 (1), 1–12.
- Rohaeti, D., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Hawwa Skincare di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 2 (2), 1-10.
- Santoso, S. (2014). *Statistika Ekonomi Plus Spss*. Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks Gramedia.
- Sekaran, U. & Bougie, R.J., (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach 7th Edition*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Sfidn.com. 9 Oktober 2020. Apa Itu Sunscreen? Yuk, Pahami Definisi dan Manfaatnya di Sini. Retrieved from <https://www.sfidn.com/article/post/apa-itu-sunscreen-yuk-pahami-definisi-dan-manfaatnya-di-sini>.
- Sindarto, J., Ellitan, L., & Agung, D. A. (2023). The Influence of Brand Image and Product Innovation on Customer Repurchase Intention Through The Mediation of Customer Satisfaction Towards Indomie. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 4 (1), 32-45.
- Sirclo.com. 15 Maret 2021. E-Commerce Platforms and The Acceleration of Indonesia's SMEs to Go Digital. Retrieved from <https://insights.sirclo.com/library/e-commerce-platforms-and-the-acceleration-of-indonesias-smes-to-go-digital>.
- Subaebasni, S., Risnawaty, H., & Wicaksono, A. R. A. (2019). *Effect of Brand Image, the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta*. *International Review of Management and Marketing*, 9 (1), 90-97.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, R., & Ramdhani, F. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Brand Image Toko terhadap Niat Beli Ulang di Online Marketplace dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Media Komunikasi dan Bisnis*, 13 (1), 62-69.

- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Keputusan Konsumen sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 4 (1), 41-53.
- Suwito, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Global AC Banjarbaru. *KINDAI*, 14 (3), 255-262.
- Tatael, M. V., Soegoto, A. S., & Poluan, J. G. (2022). Analisis Kualitas Produk dan Review Online yang Dimediasi oleh Niat Beli terhadap Kepuasan Konsumen Es Cream Aice (Studi Pada Konsumen Milenial di Manado). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10 (2), 114-134.
- Tjahjono, E. J., Ellitan, L., & Handayani, Y. I. (2021). *Product Quality And Brand Image Towards Customers' Satisfaction Through Purchase Decision Of Wardah Cosmetic Products In Surabaya*. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 2 (1), 56-70.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Brand Management and Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Tuinesia, R., Sutanto, J. E., & Sondak, M. R. (2022). The influence of brand awareness and perceived quality on repurchase intention: Brand loyalty as intervening variable (Case study At Kopi Soe branch of Panakkukang Makassar). *Business and Accounting Research*, 6 (1), 581–589.
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2 (1), 1–9.
- Werdiastuti, P. E., & Agustiono, A. (2022). The Effect of Product Quality and Price Toward Repurchase Intention at Taco Casa Bali During Covid-19 Pandemic. *Asian Management and Business Review*, 2 (2), 193-206.
- Wijayanti, H. T., & Almaidah, S. (2020) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang D’Fresco Donuts melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Pemediasi. *Buletin Ekonomi*, 2, 225-238.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Yusuf, J. C., Prayogo, F. R., & Andreani, F. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Traveloka. Universitas Kristen Petra.