

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Y. (2018). PENGARUH KEUNIKAN PRODUK, LOKASI, HARGA DAN PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI WARUNG TRISTAR, SURABAYA.
- Ahmady, A. C., & Wardhani, N. I. (2022). Citra Merek, Inovasi Produk pada Minat Beli Ulang Es Krim. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* .
- Bidar, L. N., & Kurniawan, I. (2023). Pengaruh duta merek dan citra merek pada produk perawatan kulit pada minat beli. *Jurnal Manajemen*, 13 (2).
- Erkmen, E., & Hancer, M. (2019). Building brand relationship for restaurants: An examination of other customers, brand image, trust, and restaurant attributes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Fandiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang "Kopi Toraja" Di Coffe Josh Situbondo. *ECOBUSS : Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis* , 2337-9340.
- Fandiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis* .
- Fitria, U., & Fakabun, K. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas Di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo, Malang).
- Franke, N., & Schreier, M. (2008). Product Uniqueness as a Driver of Customer Utility in Mass Customization.
- Handaru, A. W., & Nindito, M. (2017). Mencari Keunikan Produk: Wawasan DariIndonesia.
- Kalesaran, M. R., Lopian, S. J., & Saerang, R. T. (2019). MENGANALISIS DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI KOPI KULO DI MANADO. *EMBA*, 5713-5722.
- Kalesaran, M. R., Lopian, S. L., & Saerang, R. T. (2019). ANALYZING THE DIMENSION OF BRAND EQUITY TOWARD REPURCHASE INTENTION OF KOPI KULO IN MANADO. *Jurnal EMBA*.
- Kirana, V., & Siahaan, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Skin Care Emina.

- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran . *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Ningsih, M., & Amirulmukminin. (2020). Pengaruh Variasi Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Ilo Peta Kota Bima.
- Permana, I. A., Ramadhan, A. M., & Z, F. M. (2019). KEKUATAN KEUNIKAN PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*.
- Prasetya, W., & Yulius, C. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG : STUDI PADA PRODUK EATLAH. *Jurnal Teknologi*, 92-100.
- Prasetya, W., & Yullus, C. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT ELI ULANG: STUDI PADA PRODUK EATLAH . *Jurnal Teknologi*.
- Rohmanuddin, & Suprayogo, H. A. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI KASUS PADA BISNIS RITEL PAKAIAN “STING” CABANG KEDOYA GREEN GARDEN). *Jurnal Bina Manajemen*.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue . *Jurnal on enducation*.
- Safitri, A. N. (2020). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *E-BISMA*, 1-9.
- Tegowti. (2016). MINAT BELI ULANG HANDPHONE EVERCOSS DI PUSAT PERBELANJAAN HANDPHONE WTC SURABAYA . *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* .
- Wiguna, I., Arta, P. Y., & Santika, I. W. (2020). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Sponsorship Terhadap Minat Beli Ulang.
- Yuda, M., Putra, S., Sigir, J., & Hilmiti. (2021). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Breadtalk Lombok Epicentrum Mall.
- Yusuf, J. C., Prayogo, F. R., & Andreani, F. (2021). PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI TRAVELOKA. *Jurnal Ekonomi*.