

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Z. N., & Wardhana, A. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Repurchase Intention Produk Indomie (Studi Pada Konsumen Indomie Berstatus Mahasiswa di Kota Bandung). *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 365-375.
- Agung Jatmiko. (2023). Mengulik Sejarah Oppo, *Smartphone* yang Sukses Merajai Pasar Indonesia.
- Aprina, N., & Hadi, E. D. (2024). Pengaruh Product Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention yang Dimediasi oleh Customer Satisfaction pada Produk Skincare Skintific di Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 252-262.
- Astuti, A. F. W., & Sidanti, H. (2023, September). PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION, BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION BATIK PECEL DI KOTA MADIUN (Studi Kasus Konsumen Batik Murni di Kota Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5)
- Chang, Y.Y., Lin, S., Yen, D.C. and Hung, J. (2020), "The trust model of enterprise purchasing for B2B emarketplaces", *Computer Standards and Interfaces*, Vol. 70 No. 1.
- Chernev, A. (2020) *Strategic Brand Management*. Chicago: Cerebellum Press.
- Chinomona, R. (2016). Brand communication, brand image and brand trust as antecedents of brand loyalty in Gauteng Province of South Africa. *Africa Journal of Economic and Management Studies*, 7(1).
- Coaker, W. (2021). *Branding With Images: The Ultimate Guide to Grow Your Business with Images: How to Build a Strong Brand Image*. Independently published.
- Dwipayana, B., & Sulistyawati, E. (2018). Peran kepuasan dalam memediasi pengaruh kepercayaan terhadap niat beli ulang pada go-food di FEB UNUD. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10).
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap niat pembelian ulang. *Sumber*, 5(65.682).
- Fausta, M. F., Anderson, P., & Risqiani, R. (2023). Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction, Terhadap Repurchase Intention pada Restoran Cepat Saji. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 20(01), 1-9.

- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., Soputra, J. H., Waworuntu, A., Madrianah, M., ... & Risakotta, T. K. (2023). *Produk dan Merek*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Firmansyah, M. A. (2019), *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media)
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Goh, S. K., Jiang, N., Hak, M. F. A., & Tee, P. L. (2016). Determinants of *smartphone* repeat purchase intention among Malaysians: A moderation role of social influence and a mediating effect of consumer satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 6(4).
- Gultom, S. G. C., Listyorini, S., & Wijayanto, A. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Produk Makarizo (Pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro Pengguna Produk Makarizo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(3), 579-586.
- Hervina, UP, & Marlien, RA (2023). Pengaruh Promosi, Saluran Distribusi dan Citra Merek Terhadap Repurchase Intention Pada PT. Indolakto Semarang. *Jurnal Manajemen Mirai*, 8 (2).
- Hikmat, R. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Niat Beli Ulang dalam Pembelian Online. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2(5).
- Indrasari, M. (2019), *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN* (Surabaya: Unitomo Press)
- Irvana, N., & Ali, H. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Experience dan Kepuasan Pelanggan terhadap Repurchase Intention pada Kota XYZ. *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah dan Muamalah*, 2(2), 88-101.
- Juru, N. A. (2020). Analisis Struktur Organisasi Terhadap Kinerja Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(2), 408-421.
- Kakisina, M., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Makanan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Pelanggan Kfc Cabang Kakialy Di Ambon. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4).
- Khairani, DA, & Suwitho, S. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepuasan, dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan pada Aplikasi Toko Makanan di PT Bhanda Ghara Reksa (PERSERO). *Jurnal Pengetahuan dan Penelitian Manajemen (JIRM)*, 11 (1).
- Khan, I., & Rahman, Z. (2015). A review and future directions of brand experience research. *International Strategic Management Review*.
- Kompas.com. (2024). 5 Besar Vendor *Smartphone* Indonesia Kuartal I-2024 Versi IDC, Oppo Memimpin.

- Kotler dan Keller (2017) Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih 79etika: Bob sabran, MM. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, P., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing management: European edition*. Pearson Higher Ed.
- Malakiano, G., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention Produk Skincare Skintific. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(1), 170-191.
- Mangaba, F. S., & Warmika, I. G. K. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP REPURCHASE INTENTION TERHADAP PELANGGAN TOKO FOOT LOCKER BEACHWALK. *Esensi Pendidikan Inspiratif*, 6(2).
- Masithoh, M. R., & Widikusyanto, M. W. J. (2017). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan pada niat beli ulang secara online. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 3(1).
- Meliantari, D. (2023), *Produk dan Merek (Suatu Pengantar)* (Bogor Timur: Eureka Media Aksara)
- Mukhlis, S. (2022). Metodologi Penelitian Sosial (Tanjungpinang: CV. Eureka Media Aksara)
- O. Pappas, I., G. Pateli, A., N. Giannakos, M., & Chrissikopoulos, V. (2014). Moderating effects of online shopping experience on customer satisfaction and repurchase intentions. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 42(3).
- Oppo.com. (2024). Tentang Oppo
- Purnamawati, I. A. P. S., Yasa, S., Indiani, N. L. P. (2022), *Brand Image Dan Word Of Mouth Produk Fashion* (Denpasar: Scopindo Media Pustaka)
- Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1).
- Purwanto, P. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. *Magelang: Staiapress*.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang., Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., Roslan, A. H. (2021) *Brand Marketing* (Bandung: Widina Bhakti Persada)
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(Special Issue 3).

- Riani, O., Wijayanto, G., & Rosyetti, R. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Loyalty Dan Repurchase Intention Pada Konsumen Produk Maybeline Di Kota Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 104-116.
- Romney, M. & Steinbart, P. (2016). *Sistem Informasi Akuntansi* (Ketigabelah). Salemba Empat.
- Saputri, I. A., & Tjahjansih, E. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Niat Beli Ulang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3).
- Sari, A., Dahlan, D., Tuhumury, R. A., Prayitno, Y., Willem H, S., Supiyanto, S., & Werdhani, A. S. (2023). Dasar-dasar metodologi Penelitian.
- Sari, Dian Cita, Aditya Wardhana, Muhammmad Darwin, Eman Sulaiman, Ginanjar Rahmawan, Muh Ridwan, Sri Hastutik, Hendra Poltak, and Suwandi S. Sangadji. (2021) *Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Savila, I. D., Wathoni, R. N., dan Santoso, A. S. (2019). The role of multichannel integration, Trust and offline-to-online customer loyalty towards *repurchase intention*: An empirical study ini online-to offline (O2O) e-commerce. *Procedia Computer Science*.
- Setiana, Ria., & Marlien, R.A. (2021). Niat Beli Ulang: E-Wom, Celebrity Endorser, dan Citra Merek. *Procceding Sendiu*.
- Setiyaningsih, V. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION (Studi Pada Konsumen Air Mineral VIT di Kebumen)* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Sewakottama, N. G. R., Prawitasari, P. P., Tirtayani, I. G. A., & Ariwangsa, I. G. N. O. (2025). PENGARUH SALES PROMOTION, CUSTOMER EXPERIENCE, DAN BRAND IMAGE TERHADAP REPURCHASE INTENTION. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 711-728.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi media publishing.
- Sudaryana, B., Agusady, R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV. Budi Utama)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Alfabeta
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research and Development (R&D)* (Sutopo (ed.); II). Bandung: Alfabeta.
- _____. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edisi Ke-2, Cetakan Ke-2. Bandung: CV. Alfabeta

- Sukendra, I. K., & Atmaja, I. (2020). Instrumen penelitian. (Pontianak: Mahameru Press)
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1).
- Tae, B. E., & Bessie, J. L. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) (Survei Pada Pelanggan the Kings Resto Kupang). *JURNAL TRANSFORMATIF UNKRISWINA SUMBA*, 10(1).
- Tjiptono, Fandy, (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-b* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Wahyuni, M. (2020). *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25*. Kampar: Bintang Pustaka Madani
- Wardhana, A. (2022). *Brand Marketing: the Art of Branding* (A. Sudirman, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Youlanda, E. (2021). Analisis perbandingan kinerja keuangan menggunakan Altman Z-Score sebelum dan Sesudah Covid-19 (Studi pada sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia) (Doctoral dissertation, Akuntansi).
- Yustiana, R. M., & Nirawati, L. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention pada Produk Mie Instan Lemonilo: Studi pada Masyarakat Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 5012-5023.
- Zhang, Y. (2015). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal of Business and Management*, 3(6).