

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, S. T., & Putri, A. D. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta and Chocolate Cabang UNIKA Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 2, Tahun 2017.
- Award, T. B. (2019, Mei 28). *Top Brand For Teens Perawatan Pribadi*. Diambil kembali dari www.topbrand-award.com
- Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: Maliki Press.
- Fajariah, N. T., & Rahman, F. (2016). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty pada Generasi Y di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 14, No. 3, Tahun 2016.
- Fandy, T. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ferdinand. (2002). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Dengan Program AMOS 24 Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goh, S. K., Jiang, N., & Tee, P. L. (2016). The Impact of Brand Trust, Self Image Congruence and Usage Satisfaction toward Smartphone Repurchase Intention. *International Review of Management and Marketing*, Vol. 6, Issue 3, 2016.
- Kotler, P., & Amstrong. (2014). *Principles of Marketing 12th Edition Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, D. E., Pangestuti, & Devita, L. D. (2017). Pengaruh International Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Penggunaan Ulang (Survei pada Konsumen Layanan GrabCar di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 65, No, 1, Tahun 2018.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 1, April 2012.
- Mudiantono, & Nuraini, I. S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Situs Traveloka (Studi pada Konsumen Traveloka di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Vol.6, No. 4, Tahun 2017.

- Paragon. (t.thn.). *Profil Perusahaan: www.paragon-innovation.com (Diakses pada 20 Mei 2019)*.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santosa, S. B., & Ramadhan, A. G. (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*, Vol. 6, No. 1, Tahun 2017.
- Santoso, S. B., & Dennisa, E. A. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 5, No. 3, Tahun 2016.
- Savitri, & Wardana. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang . *E-journal Manajemen UNUD*, Vol. 7, No.10.
- Sekaran , U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 6, Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, U. P. (2015). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Gemini. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-6.
- Shahroudi, K., & Naimi, S. S. (2014). The Impact of Brand Image on Customer Satisfaction and Loyalty Intention (Case Study: Consumer of Hygiene Products). *International Journal of Engineering Innovation and Research* , Vol. 3, Issue 1, ISSN: 2277-5668.
- Soesanto, H., & Resti, D. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 5, No. 1, Tahun 2015.
- Sugiono, & Adhikara, N. B. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Jasa English Course (Studi Kasus Pada Konsumen ILP English Course Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 4, No. 1, Tahun 2015.

- Sutopo, & Adiputera, F. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan dan Persepsi Harga Terhadap Citra Restoran dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 5, No. 1, Tahun 2016.
- Sutopo, & Oceani. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Tupperware di Magelang. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 1, Tahun 2017.
- Thakur, S., & Singh. (2012). Brand Image, Customer Satisfaction And Loyalty Intention: A Study In The Context Of Cosmetic Product Among The People Of Central India. *International Journal of Multidisciplinary Management Studies*, Vol. 2, ISSUE: 5, May 2012.
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia.
- Top Brand Award*. (2019). Diambil kembali dari Situs TOP Brand Index Perawatan Pribadi : www.topbrand-award.com (Diakses pada tanggal 15 Juni 2019)
- Wahyono, & Damayanti, C. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, Vol. 4, No. 3, Tahun 2015.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Yuswohady. (2015). *Marketing to the Middle Class Muslim, Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petaka Strateginya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zeithaml, V. B. (2013). *Service Marketing - Integrating Customer Focus Across The Firm, Sixth Edition*. New York: McGraw Hill.