

DAFTAR PUSTAKA

- Wikipedia Indonesia, “Sejarah Teh di Indonesia”, dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_teh_di_Indonesia, diakses 12 September 2022
- Soraya, Noni. 2002. *Sehat & Cantik Berkat Teh Hijau*. Jakarta: Penebar Swadaya, 5.
- ABC President, “Nu Green Tea” Indonesia dalam https://abcpresident.com/id/product_items/nu-green-tea-2, diakses 12 September 2022
- Top Brand Award, Top Brand Index 2021 dalam https://www.topbrandaward.com/topbrandindex/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2021, diakses 12 September 2022
- Putriani, A. (2019). Pengaruh Strategi Segmentasi, Targeting, Positioning terhadap Keputusan Pembelian Soft Drink Merek Nu Green Tea di Lingkungan Semeru Kec. Sumbersari Jember. *Bisnis*, 4.
- Prasetyo, Larasati, dkk. 2017. The Influence of Demographic Segmentation Factors and Psychographic Segmentation on Purchasing Decisions at Matahari Department Store MTC Manado. *Journal Manajemen Business*. 5(2), 1337–1347.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2.
- Khairunnisa, Claudia. 2017. Segmentasi Pasar Berdasarkan Psikografi Pada Konsumen Produk “Bali Ratih” di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 1(1), 5.
- Ayuningtyas, A, Dhita. 2009. Analisis Sikap dan Kepuasan Konsumen Teh Hijau Siap Minum Merek Nu Green Tea di Kota Jakarta. *Jurnal Agribisnis*.
- Harsanto, B. 2013. *Dasar Ilmu Manajemen Operasi*, Bandung: Unpad Press, 213.
- Supriono, D.K, Angelina. 2017. Pengaruh Desain Kemasan Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 49(2), 104.

- Handayani, Jasella dkk. 2020. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Shopping Goods. *Journal of Business and Banking*. 10(1), 91.
- Srihartati, E. dan Abdillah, Y. 2018. Pengaruh Korean Wave dan Country of Origin terhadap Brand Awareness dan Brand Image Kosmetik Korea (Survei pada Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Konsumen Produk Kosmetik Etude House, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 65(1), 37.
- Immaculata, A. Marsella dan Utami, S.S, Lusia. 2021. Pengaruh Popularitas Brand Ambassador NCT 127 terhadap Minat Beli Produk Nu Green Tea. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 5(2), 261.
- Putri, A.A.A, I Gusti. 2019. Analisis Elemen-Elemen Visual dan Makna Billboard Nu Green Tea “Rasanya, Bikin Nyaman!”. *Seminar Nasional Sandyakala*, 75.
- Absari, A. 2013. *Identitas Sosial Penggemar K-Pop: Perbandingan Antara Penggemar KPop Yang Tergabung Dalam Komunitas KFM Dan Penggemar K-Pop Yang Tidak Tergabung Dalam Komunitas KFM*. (Skripsi Sarjana, UIN Malang). <http://etheses.uin-malang.ac.id/2620/>
- Irawan, H. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Iffathurjannah, I. Mitha. 2021. dan Harti, Pengaruh Keamanan Makanan, Harga Dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Akuntansi*, 18(2), 238.
- Maulana, S. Ade. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Toi. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 121.
- Schiffman, G. Leong dan Kanuk, L. Leslie. 2007. *Perilaku Konsumen*, (Edisi Ke-7). Jakarta: PT. Indeks.
- Rahmawati, F. Desi. 2020. *Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Tas Sophie Paris Di PT. Pei Hai International Wiratama Indonesia*. (Skripsi Sarjana, STIE PGRI Dewantara Jombang.). <http://repository.stiedewantara.ac.id/1176>, hal. 12
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management*, (Edisi 14). Global Edition: Pearson Prentice Hall.
- Setyabudi, I. dan Daryanto. 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media, 43.
- Sumarsid, dkk. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Kasus Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*. 12(1), 5.

- Saraswati, L. Made, dkk. 2015. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 4(2), 137-146.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. 2012. *Principles of Marketing, (14th Edition)*. London: Pearson Education, 332.
- Athoillah, Ridho. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang (Studi Pada Pemilik Yamaha Mio Yang Membeli Di Surya Inti Putra Blimbing Kota Malang)*, (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Malang) <https://eprints.umm.ac.id/52521/>, hlm. 25.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*, (Jilid I. Edisi Ke 13). Jakarta: Erlangga, 150.
- Irawan, S. Basu. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 89.
- Mursid, M. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 33.
- Assauri, S. 2017. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta: Rajawali Perss, 39-40.
- Arifin. Z. Mohamad. 2022. Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Madani Syariah*. 5(2), 86.
- Departemen Agama RI, “*Al-Qur’an dan Terjemah*”, Jakarta Pusat: Beras, 83.
- Toriqudin, M. 2015. Etika Pemasaran Perspektif Al-Quran dan Relevansinya dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Syariah dan Hukum*, 7(2), 122.
- Ginting, H.F, Nembah. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV. Yrama Widya, 226
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks, 289.
- Peter, P. 2010. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 165
- Hatman, B. 2017. Perspektif Segmentasi Demografi dan Psikografi Pada Daya Bidik Pasar Produk Media di DKI Jakarta. *Journal of Applied Business and Economics*. 4(1), 17-29.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Sumaryati, M.M, dan Gregie, G. 2016. Analisis Atribut Produk Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Sepatu Merek Nike. *Jurnal Manajemen*. 13(1), 58-75.

- Firmansyah, M.A. 2019. *Manajemen Operasi*. Jawa Timur: Qiara Media, 14.
- Armstrong, G. dan Kotler, P. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid I. (Eds). Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo, 332.
- Hananto, D. 2021. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian*, 3.
- Dudung, A. 2012. *Merancang Produk*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Handoko, T.H. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPPE, 49-51.
- Suryandari, E.S, dkk. 2016. Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Tas Elizabeth di Surabaya Timur. *Jurnal Dinamika dan Administrasi Bisnis*. 2(2), 6.
- Departemen Agama RI, “*Al-Qur’an dan Terjemah*”. Jakarta Pusat: Beras, 60.
- Asdjuredja, L. dan Permana, K. 2011. *Manajemen Produksi*. Bandung: CV Armico, 54.
- Umdiana, N, dkk. 2018. Pengembangan UKM Melalui Desain Produk dan Kemampuan Bersaing. *Jurnal Sembadha*. 1(1), 172.
- Chandra, G. dan Tjiptono, F. 2013. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI, 153.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 252-253.
- Bolton, N.R, and Bhattacharya, B.C. Jagdish N. Sheth and Atul Parvatiyar (Eds.) 2000. *Relationship Marketing in Mass Markets, Handbook of Relationship Marketing*. California: Sage Publications: Thousand Oaks, 327-54.
- Aaker, A.D. 2008. *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of A Brand Name*, New York: Free Press.
- Han, S.L, dan Lau, T.G. 1999. Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 341-370.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. (Jilid I, Edisi ke 13)*. Jakarta: Erlangga.

- Habibah, U. 2018. *Pengaruh Produk, Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Pada Laundry Syariah Al-Fadhil Di Tulungagung*, (Skripsi Sarjana, IAIN Tulungagung) <http://repo.uinsatu.ac.id/9628/>, hlm. 1
- Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an. 1978. *"Al-Qur'an dan Terjemahnya"*, Jakarta: Departemen Agama RI.
- Kotler, P. 2006. *Manajemen Pemasaran, (Jilid I, Edisi Kesebelas)*. Jakarta: P.T Indeks Gramedia, 204.
- Simamora, H. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia, (Edisi 1)*. Yogyakarta: STIE YKPN Yogyakarta.
- Lumantoro, H. 2016. *Pengaruh Citra Hotel Terhadap Loyalitas Pelanggan: Pengujian Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi*, (Skripsi Sarjana, Universitas Atma Jaya Yogyakarta) <http://e-journal.uajy.ac.id/8730/>, hlm. 8.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2014. *Manajemen Pemasaran, (Edisi 15, Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga, 150.
- Barnes, J.G. 2003. *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi, 64.
- P3EI. 2008. *"Ekonomi Islam"*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 230.
- Kotler, P. 1999. *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control. (9th Edition)*, Prentice Hall College, 54.
- Sumarsid, dkk. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Kasus Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*. 12(1), 9.
- Sumeke, A, dkk. 2022. Analisis Segmentasi Demografi dan Psikografi Pada Toko Raps Id. *Jurnal Manajemen Administrasi*. 10(1), 202 – 207.
- Wulandari, P. 2021. *Analisis Strategi Segmentation, Targeting, Positioning Terhadap Kinerja PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Pada Masa Pandemi Covid-19*. (Skripsi Sarjana, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta) <http://repository.stei.ac.id/6071/>, hlm. 1
- Ravindra, S.H. 2017. Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. 6(1), 41.
- Hantika, S, dkk. 2023. Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Produk

- Merek Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 12(1), 175-183.
- Sembiring, I.J, dkk. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 15(1), 1-10.
- Bahrudin, M. dan Zuhro, S. 2015. Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. 3(1), 1-17.
- Sartika, B, dkk. 2013. Analisis Ekuitas Merek Minuman Teh Hijau Dalam Kemasan Siap Minum Nu Green Tea Terhadap Frestea Green Dan Joytea Green di Kota Bengkulu. *Jurnal Agribisnis Sosial Ekonomi dan Pertanian*. 13(1), 19-30.
- Ramadhani, T.S.M. 2021. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Minuman Nu Green Tea (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Depok Angkatan 2018)*, (Skripsi Sarjana, Universitas Gunadarma) [/repository/pengaruh-harga-kualitas-produk-dan-citra-merek-terhadap-minat-beli-ulang-produk-minuman-nu-green-tea-studi-kasus-mahasiswa-jurusan-manajemen-fakultas-ekonomi-universitas-gunadarma-region-depok-angkatan-2018-ssm](https://repository.pengaruh-harga-kualitas-produk-dan-citra-merek-terhadap-minat-beli-ulang-produk-minuman-nu-green-tea-studi-kasus-mahasiswa-jurusan-manajemen-fakultas-ekonomi-universitas-gunadarma-region-depok-angkatan-2018-ssm), hlm. 1
- Lestari, I.L, dan Saino. 2010. Analisis Segmentasi Psikografis dan Sensitivitas Harga Konsumen Rumah Makan di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 3(1), 15-33.
- Rahmi, P.P, dan Purwanti, D.R. 2016. Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nu Green Tea Pada PT ABC President Indonesia Cabang Garut. *Jurnal Indonesia Membangun*. 1(1), 122.
- Madani, E.F. 2021. *Model Persamaan Struktural Untuk Menganalisis Hubungan Kemasan, Persepsi Kualitas, Kepuasan Konsumen, dan Daya Saing Bisnis Pada Produk Makanan dan Minuman (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Top Brand di Jabodetabek)*, (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Jakarta) <http://repository.unj.ac.id/18232/>, hlm. 1
- Ariella, R.I. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*. 3(2), 215–221.

- Mufreni, F.N.A. 2016. Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*. 2(2), 48-54.
- Suari, Y.T.M, dkk. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*. 5(1), 26-33.
- Ranto, P.W.D. 2014. Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk UKM di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*. 5(2), 206-217.
- Rahmawaty, P. 2015. Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 12(1), 1.
- Melisa, Y. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh, *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1-20.
- Adixio, F.R, dan Saleh, L. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria di Surabaya. *Journal of Business and Banking*. 3(2), 151 – 164.
- Ariyan, H. 2013. Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua di Kota Padang. *Journal Management*. 41(1), 1-11.
- Aryani, D. dan Rosinta, F. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. 17(2), 114-126.
- Suryani, S. dan Rosalina, S.S. 2019. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal Of Business*. 4(1), 41-53.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 14.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 7.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 6.

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 130.
- Abdullah, M. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 174-175.
- Irianto, A. 2004. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana, 18.
- Riduwan. 2005. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 6.
- Tanzeh, A. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 57.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang, BP Universitas Diponegoro, 52.
- Dianto, W. I. 2012. *Analisis Kepuasan Konsumen*, (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Yogyakarta) <https://eprints.uny.ac.id/16730/1/>, hlm. 31
- About Company, “PT ABC President”, dalam <https://abcpresident.com/en/about> diakses, pada 12 Maret 2023.
- B2B, “PT ABC President”, dalam <https://abcpresident.com/en/b2b>, diakses pada 12 Maret 2023.
- Nu Green Tea*, “PT ABC President”, dalam https://abcpresident.com/en/product_items/nu-green-tea-1, diakses pada 12 Maret 2023.
- Company Introduction, “SM Entertainment”, dalam <https://www.smentertainment.com/Overview/Introduction>, diakses pada 12 Maret 2023.
- Putri, M. dan Trisni, S. 2021. Corporate Diplomacy: Peran SM Entertainment melalui New Culture Technology dalam Diplomasi Publik Korea Selatan. *Padjadjaran Journal of International Relations (PADJIR)*. 3(1), 76-77.
- Fendler, U. 2019. SM Entertainment: From Stage Art to New Culture Technology (NCT) Culture and Empathy. 2(3), 210.
- NCT 127, “SMTown Wiki”, dalam https://smtown.fandom.com/wiki/NCT_127 diakses pada 12 Maret 2023.
- Kumparan Kpop, “Anggota Tak Terbatas, NCT Berkembang Lewat Sub Unit”, dalam <https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/kumparankpop/anggot>

[a-tak-terbatas-nctberkembang-lewat-sub-unit-1548220780723204996](http://repository.iainkudus.ac.id/5243/), diakses 13 Maret 2023.

- Najmatillaila, N. 2021. *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kemasan Produk Terhadap Perilaku Konsumen Muslim Dalam Pembelian Nu Green Tea*, (Skripsi Sarjana, IAIN Kudus) <http://repository.iainkudus.ac.id/5243/>, hlm. 53.
- Kotler, P. dan Keller, L.K. *Manajemen Pemasaran (Edisi 12, Jilid 1)*, Jakarta: Penerbit Erlangga,
- Kouthouris, C. 2005. Investigating Demographic and Attitude Characteristics of Recreational Skiers: An Application of Behavioral Segmentation. *The Sport Journal*, 8.
- Worsley, dan Lowe. Psychographic Segmentation Of Beijing Adult Population And Food Consumption. *Asia Pacific Advances in Consumer Research*, 5, 265-273.
- Kotler, P. dan Keller, L.K. 2007. *Manajemen Pemasaran, (Jilid 2. Edisi Kedua belas. Terjemahan)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Ahmadi, K.N, dan Herlina. 2017. Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*. 3(1), 75-76.
- Zhang, L. dan Kai C. The Effects of Corporate Ownership Structure on Environmental Performance- Empirical Evidence from Unbalanced Penal Data in Heavy-Pollution Industries in China. *WSEAS Transactions On Systems and Control*, 10.
- Kotler, P. dan Keller, L.K. 2009 *Manajemen Pemasaran, (Edisi 13 Jilid 2)*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran. (Edisi 12 Jilid 1)*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip Prinsip Pemasaran. (Edisi 13 Jilid 1)*, Jakarta: Erlangga.
- Putri, H.L. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Nugget Delicy. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 1(2), 164.
- Novantiano. 2007. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Barang-Barang Elektronik Buatan RRC di Toko Hartono Elektronika, 24.

- Simamora, B. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Joseph, O, dkk. 2012. Analysis of the Determinants of Repurchase Intention of Soap Products of an Agribusiness Firm in Abia State, Nigeria. *Journal of Economics and Sustainable Development*. 3(14), 3.
- Ferdinand, A. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.