

## BAB V

### PENUTUP DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini mengangkat judul “Pengaruh Product Quality dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang produk halal *skincare* serum Hanasui dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi Pada siswi MAN 3 Kota Padang”. Penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 180 orang siswi MAN 3 Kota Padang. Setelah pengujian hipotesis dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Product Quality berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli Ulang produk halal *skincare* serum Hanasui pada siswi MAN 3 Kota Padang.
2. Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli Ulang produk halal *skincare* serum Hanasui pada siswi MAN 3 Kota Padang.
3. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang produk halal *skincare* serum Hanasui pada siswi MAN 3 Kota Padang.
4. Product Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada siswi MAN 3 Kota Padang pengguna produk halal *skincare* serum Hanasui.
5. Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada siswi MAN 3 Kota Padang produk halal *skincare* serum Hanasui.
6. Product Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang produk halal *skincare* serum Hanasui melalui Kepuasan Konsumen pada siswi MAN 3 Kota Padang.
7. Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang produk halal *skincare* serum Hanasui melalui Kepuasan Konsumen pada siswi MAN 3 Kota Padang.

## B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan tersebut, saran yang bisa penulis berikan terkait dengan penelitian ini adalah:

### 1. Bagi Perusahaan Hanasui

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa product quality dan kepercayaan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, tetapi berpengaruh melalui kepuasan konsumen pada siswi MAN 3 Kota Padang. Oleh karena itu, Perusahaan diharapkan untuk lebih berfokus pada peningkatan kepuasan konsumen, mengingat penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memiliki peran utama dalam membentuk minat beli ulang. Salah satu langkah strategis yang bisa diambil adalah dengan memastikan bahwa produk yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi konsumen, baik dari aspek kualitas, keamanan, maupun efektivitas pemakaian. Selain itu, perusahaan perlu memberikan informasi yang lebih transparan mengenai kandungan produk, cara penggunaan yang tepat, serta manfaat spesifik yang bisa diperoleh konsumen. Perusahaan juga dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih berbasis pengalaman pelanggan. Testimoni positif dari konsumen yang merasa puas bisa dijadikan sebagai alat promosi yang efektif, baik melalui media sosial, website perusahaan, maupun *platform e-commerce*. Untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan interaksi melalui konten digital yang menarik, seperti video tutorial penggunaan produk, sesi konsultasi dengan ahli kecantikan, serta kerja sama dengan influencer di industri kecantikan halal.

Di sisi lain, perusahaan perlu mempertimbangkan untuk menghadirkan program loyalitas pelanggan yang lebih menarik.

Beberapa strategi yang bisa diterapkan adalah memberikan diskon eksklusif bagi pelanggan tetap, menghadirkan sistem poin reward yang bisa ditukar dengan produk gratis, atau menawarkan paket bundling dengan harga lebih terjangkau. Dengan adanya program seperti ini, pelanggan akan lebih terdorong untuk terus menggunakan produk dari brand yang sama, dibandingkan beralih ke produk lain. Selain itu, perusahaan sebaiknya juga berinvestasi dalam edukasi konsumen. Menyediakan informasi terkait manfaat produk halal, cara memilih skincare yang sesuai dengan jenis kulit, serta pentingnya perawatan kulit yang tepat dapat membantu meningkatkan kesadaran konsumen. Edukasi ini bisa disampaikan melalui berbagai media, seperti artikel di blog resmi perusahaan, seminar atau webinar kecantikan, serta konsultasi online dengan pakar *skincare*.

Selanjutnya, perusahaan juga harus secara rutin melakukan riset pasar guna memahami tren dan preferensi konsumen yang selalu berkembang. Melalui survei kepuasan konsumen, analisis tren industri kecantikan halal, serta pengumpulan feedback dari pengguna, perusahaan dapat terus melakukan inovasi dalam menciptakan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Sebagai langkah akhir, perusahaan harus memastikan bahwa setiap produk yang dipasarkan telah memiliki sertifikasi halal yang jelas dan resmi. Hal ini penting untuk memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada konsumen, terutama bagi mereka yang sangat memperhatikan aspek kehalalan dalam memilih produk *skincare*. Dengan menjaga komitmen terhadap kualitas dan kehalalan produk, perusahaan dapat membangun reputasi yang lebih baik serta meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

## 2. Bagi Siswi MAN 3 Kota Padang

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa produk quality tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada

siswi MAN 3 Kota Padang. Oleh karena itu, diharapkan siswi MAN 3 Kota Padang sebagai generasi muda yang mulai mengenal dan menggunakan produk halal *skincare*, siswi MAN 3 Kota Padang dianjurkan untuk lebih berhati-hati dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan kulit mereka. Salah satu langkah yang bisa dilakukan adalah dengan meningkatkan wawasan tentang kualitas produk dan manfaatnya, baik dengan membaca informasi dari sumber yang kredibel, mengikuti ulasan dari pakar kecantikan, maupun mencari referensi dari pengalaman pengguna lain. Dengan cara ini, mereka dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan menghindari penggunaan produk yang kurang sesuai atau berisiko bagi kesehatan kulit. Selain itu, kesadaran akan pentingnya menggunakan produk halal *skincare* juga perlu ditingkatkan. Siswi MAN 3 Kota Padang sebaiknya membiasakan diri untuk lebih teliti dalam memeriksa sertifikasi halal, komposisi bahan, serta legalitas produk dari BPOM sebelum melakukan pembelian. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang digunakan tidak hanya aman bagi kulit, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai kehalalan yang mereka yakini. Serta siswi MAN 3 Kota Padang juga diharapkan lebih aktif dalam berbagi informasi dan pengalaman terkait penggunaan produk halal *skincare*. Dengan membagikan ulasan di media sosial, berdiskusi dengan teman sebaya, atau berpartisipasi dalam komunitas kecantikan halal, mereka dapat membantu teman-teman lain dalam menemukan produk yang sesuai serta meningkatkan kesadaran tentang pentingnya perawatan kulit yang aman dan halal. Sebagai tambahan, penting bagi siswi MAN 3 Kota Padang untuk menyadari bahwa perawatan kecantikan tidak hanya bergantung pada penggunaan produk, tetapi juga pada gaya hidup sehat. Mengonsumsi makanan bergizi, menjaga pola tidur yang cukup, serta mengelola stres dengan baik adalah faktor yang berpengaruh besar terhadap kesehatan kulit. Dengan menjaga

keseimbangan antara perawatan dari luar dan dalam, mereka dapat memperoleh hasil yang lebih baik dalam menjaga kecantikan dan kesehatan kulit secara alami.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Temuan penelitian dapat menjadi panduan atau rujukan terkait pembahasan yang sesuai dengan topik penelitian selanjutnya.
- b. Penelitian ini hanya difokuskan pada siswi MAN 3 Kota Padang. Penelitian selanjutnya bisa mengambil responden dari daerah-daerah lain, dengan jumlah populasi dan sampel lebih besar dan beragam sehingga temuan dari penelitian tersebut dapat digeneralisasikan.
- c. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel independent yang berbeda dengan variabel penelitian ini, sehingga dapat mengetahui pengaruh variabel independent lainnya terhadap variabel dependen atau mediasi dalam penelitian ini, seperti harga, diskon, kualitas pelayanan, lokasi, promosi, *brand image*, *word of mouth*, *e-service quality*, *direct marketing*, keragaman produk, *customer experience*, *e-wom*, *celebrity endorsement*, *experience marketing*, kemenarikan iklan, ulasan produk, kemudahan penggunaan aplikasi, kegunaan produk,
- d. Pengujian dalam penelitian ini memakai alat analisis SEM-PLS, sehingga pada peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan alat yang lain seperti SEM-AMOS, E-Views, dan lain-lain.



UIN IMAM BONJOL  
PADANG

## DAFTAR PUSTAKA

- , Ninik Kustiari, dan Theresia Pradiani, Moh. Bukhori. "PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA KULIAH DI INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS ASIA MALANG," no. 2 (2024): 4–6.
- A, Ni Wayan Rica, Darnah Andi Nohe, and Rito Goejantoro. "Application of Nonparametric Statistics, with Brown-Mood Method on Multiple Linear Regression" 7 (2016): 1–8.
- Abdillah, M. Masykur. "Metode Penafsiran Al-Shâfi'î Dalam Tafsîr Al-Imâm Al-Shâfi'î." *Mutawatir* 2, no. 2 (2016): 255.
- Adilah, Rana, M. Fadhli Nursal, and Dewi Sri Wulandari. "PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SERUM HANASUI (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)." *Jurnal Economina* 2, no. 10 (2023): 2823–41.
- Adistia, Firly, Nazirmansyah, Nurdiana, Rijki Nur Azizah, and Satrio Bimo Syahputra. "Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Hanasui." *Jurnal Adijaya Multidisiplin (JAM)* 01, no. 05 (2023): 1136–42.
- Agustina, Rina Samsiyah, Luluwatun Nazla, and Silva Nur'aini. "Analisis Peluang, Tantangan, Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia." *AL-MUSAHAMAH: Journal of Islamic Economics, Finance, and Business* 1, no. 1 (2024): 92–97.
- Akbar, Reza, U. Sulia Sukmawati, and Khairul Katsirin. "Analisis Data Penelitian Kuantitatif." *Jurnal Pelita Nusantara* 1, no. 3 (2024): 430–48.
- Alarcón, David, and José Antonio Sánchez. "User-Written Commands for Average Variance Extracted (AVE)." *Assessing Convergent and Discriminant Validity in the ADHD-R IV Rating Scale*, 2016.
- Alfareza, Tasya Husna, and I Putu Gede Sukaatmadja. "Peran Kepuasan Memediasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 13, no. 4 (2024): 558.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2024.v13.i04.p02>.
- Ali, Mumtaz, T Ramayah, and Jun-hwa Cheah. "PLS-SEM STATISTICAL

PROGRAMS : A REVIEW” 5, no. 1 (2021).

- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, Kamaluddin Abunawas, Muhammadiyah Makassar, Islam Negeri, and Alauddin Makassar. “KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN” 14, no. 1 (2023): 15–31.
- Amora, Johnny T. “Convergent Validity Assessment in PLS-SEM: A Loadings-Driven Approach.” *Data Analysis Perspectives Journal* 2, no. 1 (2021): 1–6.
- Anggraini, Novie Putri, and Sri Suryoko. “PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 7, no. 3 (2018): 359–69.
- Ardhianti, Dian, Pradana Jati Kusuma, and Universitas Dian Nuswantoro. “Pengaruh Harga Produk , Kualitas Produk , Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang ( Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee )” 12, no. 4 (2023): 950–62.
- Ardianto, Khowin, Fania Putri Nuriska, and Lia Nirawati. “Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* 2, no. 2 (2020): 62.
- Arfanly, Bibi, Ma'mun Sarma, and Muhammad Syamsun. “Peran Entrepreneurial Marketing Dalam Peningkatan Kinerja Pemasaran Pada Industri Rumahan Kabupaten Kendal, Jawa Tengah.” *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah* 11, no. 2 (2017): 141–50.
- Arohman, and Kohar. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Untuk Berbelanja Di Pasar Tradisional Sendang Agung Lampung Tengah” 10, no. 02 (2019): 10–20.
- Asiva Noor Rachmayani. “REGULASI PENYELENGGARAAN JAMINAN PRODUK HALAL DI INDONESIA PERSPEKTIF STATUTE APPROACH” 14 (2017): 6.
- Aziza, Nurul. “Metodologi Penelitian 1 : Deskriptif Kuantitatif.” *ResearchGate*, no. July (2023): 166–78.
- Bagus, Ida, Nyoman Udayana, and Aria Pramana. “Membangun Kepercayaan Konsumen Untuk Meningkatkan Intensi Pembelian.” *Manajemen Dan Kewirausahaan* 7, no. 2 (2019): 112–23.



- Bastian, Isran. "Hampir 900 Ribu Jiwa Muslim, Ini Data Terbaru Agama Masyarakat Kota Padang ", Padang Kita, 2022 <<https://Padang Kita.Com/Hampir-900-Ribu-Jiwa-Muslim-Ini-Data-Terbaru-Agama-Masyarakat-Kota-Padang />>." 9, no. 03 (2023): 3511–19.
- Bonett, Douglas G., and Thomas A. Wright. "Cronbach's Alpha Reliability: Interval Estimation, Hypothesis Testing, and Sample Size Planning." *Journal of Organizational Behavior* 36, no. 1 (2015): 3–15.
- Bosnjak, Michael, Icek Ajzen, and Peter Schmidt. "The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Advances and Applications." *Europe's Journal of Psychology* 16, no. 3 (2020): 352–56. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>.
- Budiaji, Weksi. "LIKERT ( The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale )" 2, no. July (2021): 127–33.
- Cahyaning Dewi, Ni, and I Suasana. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Materialisme Terhadap Loyalitas Merek Pengguna Produk Apple Di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 3, no. 3 (2017): 255230.
- Canatay, Arman, Tochukwu Emegwa, Liza M Lybolt, and Karen D Loch. "Reliability Assessment in SEM Models with Composites and Factors: A Modern Perspective." *Data Analysis Perspectives Journal* 3, no. 1 (2022): 1–6.
- Clowdia, Sindi dan Irda. "PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK MS GLOW DI KOTA PADANG" 407 (2022): 6–7.
- Dewi, Ika Puspita, Diana Holidah, and Mochammad Amrun Hidayat. "Peningkatan Pengetahuan Penggunaan Skincare Pada Remaja Melalui Kegiatan Penyuluhan Di SMA Negeri 1 Suboh Situbondo." *E-Prosiding Kolokium Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 1 (2022): 187–92.
- Dhyana, Universitas, and Pura Bali. "Teknik Sampling Dan Penentuan Jumlah Sampel," no. January (2016): 20.
- Diatmika, Agung Ketut, and Gihonia Imaniar Anggitha. "Pengaruh Inovasi Produk, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Kesetiaan Pelanggan" 20, no. 1 (2023).
- Dien, Harrys, Sem George Oroh, and Djurwati Soepono. "Pengaruh Kualitas Produk,

- Tampilan Fisik, Dan Mutu Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Ayam Kuning Lalapan Jogja.” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no. 2 (2016): 483–94.
- Doddy Adrisal Putra, and Diana Triwardhani. “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Kota Solok.” *Journal of Young Entrepreneurs* 2, no. 2 (2020): 78–93.
- Dwiana Putri, Anindya, and Rahayu Tri Astuti. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 2 (2017): 1–10.
- Ekuitas Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Terhadap Minat Beli Ulang Alistiya Najla Nabila, Pengaruh, Bambang Sutedjo, and Universitas Stikubank Semarang. “The Influence Of Brand Equity and Brand Trust On Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Study at Women Who Use Scarlatte Whitening Skincare and BodycareProduct).” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5, no. 1 (2024): 2024.
- Erna Nidya Putri dan Reni Yuliviona. “Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Hijab Zoya Di Kota Padang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening” 23, no. 2 (2023): 2–3.
- Ernayani, Rihfenti. “Transformasi Industri Halal : Keberlanjutan Dan Inovasi Dalam Perekonomian Syariah” 7, no. 1 (2024): 1011–20.
- Erniati, Buyung Romadhoni, and Andi Mappatempo. “Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Produk Baru Pada PT. Prapta Makassar.” *Competitiveness* 10, no. 2 (2021): 149–56.
- Esta Dewi Anggita, Abdul Hoyyi, Agus Rusgiyono. “ANALISIS STRUCTURAL EQUATION MODELLING PENDEKATAN PARTIAL LEAST SQUARE DAN PENGELOMPOKAN DENGAN FINITE MIXTURE PLS (FIMIX-PLS) (Studi Kasus: Kemiskinan Rumah Tangga Di Indonesia 2017)” 8 (2019): 35–45.
- Faradhilla, Ninda Aulia. *Pengaruh Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening. Asy Syar’Iyyah: Jurnal Ilmu Syari’Ah Dan Perbankan*

*Islam*. Vol. 5, 2021.

- Farhan, Aditya, Purnawarman Agus, and Ari Pradhanawati. "MINAT BELI ULANG KONSUMEN ( Studi Pada Cafe Portobello Sumurboto Semarang )" 11, no. 1 (2022): 109–17.
- Farley Rafa Aurellia, Hanny Hafiar, and Centurion Chandratama Priyatna. "Analisis Media Monitoring Terhadap Brand Kecantikan Hanasui Pada Bulan Maret 2023." *Jurnal Riset Public Relations*, 2023, 149–60.
- Febrianto, Muhammad, Rini Rahayu Kurniati, and Dadang Krisdianto. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA SWASTA (UMM DAN UNISMA) PENGGUNA SMARTPHONE XIAOMI DI KOTA MALANG)." *Jiagabi* 10, no. 2 (2021): 70–76.
- Fina A'immatu Rifki. "PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan Tahun 2017)." *Manajemen*, 2017, 73.
- Firdaus, Mukhammad, N Rachma, and Mohammad Rizal. "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, KEMANFAATAN DAN TAGLINE GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA SITUS SHOPEE ONLINE SHOP (STUDI PADA MAHASISWA FEB UNISMA)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 9, no. 17 (2020): 138–55.
- Firmansyah, Deri. "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian : Literature Review General Sampling Techniques in Research Methodology : Literature Review" 1, no. 2 (2022): 85–114.
- Fitriana, Rahayu. "JAMINAN PRODUK HALAL DI INDONESIA TERHADAP KONSUMEN MUSLIM." *Procedia Manufacturing* 1, no. 22 Jan (2017): 1–17.
- Guidelines. "Populasi Kependudukan Dan Kebijakan UGM," 2020.
- Hair et al. "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet." *European Business Review*, n.d.
- Hair, Joe F., Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt. "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet." *Journal of Marketing Theory and Practice*, n.d. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>.
- Hamzah, Muhammad Zarqali. "Prodi Ilmu Al-Qur ' an Dan Tafsir." *HIKAMI : Ilmu Al-*

- Qur'an Dan Tafsir* 3, no. 1 (2022): 53–65.
- Haque, Marissa Grace. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.” *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 21, no. 1 (2020): 31–38.
- Hartini, Sri. “Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk Dan Kinerja Bisnis.” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 14, no. 1 (2012): 82–88.
- Haryono, Siswoyo. “MENGENAL METODE STRUCTURAL EQUATION MODELING ( SEM )” VII, no. 1 (2017): 23–34.
- Hudzaifah, and Idris. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Samsung Smartphone Di Undip.” *Diponegoro Journal of Management* 7, no. 2 (2018): 1–7.
- Iii. “Populasi, Sampling, Dan Teknik Sampling.” *Jurnal Article*, 2020, 36–45.
- Irona, Vitra Della, Marissa Triyani, Mahasiswa Fakultas, and Magister Management. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen: Kualitas Produk, Harga Dan Promosi (Literature Review Smm) Corresponding Author: Vitra Della Irona.” *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 1, no. 1 (2022): 174–85.
- Istiqomah, Siti, and Irma Rumtaning Uswatul Hanifah. “Tafsir Al-Misbah Dan Tafsir Ibnu Katsir.” *JUSMA: Jurnal Studi Islam Dan Masyarakat* 1, no. 1 (2022): 46–57.
- JASMINE, KHANZA. “Pengertian Konsumen.” *Tinjauan Umum Tentang Konsumen Dan Produsen*, 2017, 1–35.
- Jati, Budi Pramono. “MEMBANGUN HUBUNGAN JANGKA PANJANG MELALUI RASA PERCAYA DAN KOMITMEN PENGARUHNYA PADA KEUNGGULAN BERSAING (Studi Pada Outlet Selular PT Mobile-8 Telecom Tbk Di Semarang).” *Jurnal Bisnis Strategi* 17, no. 2 (2017): 160–76.
- JC, Miller. “Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas,” no. 2012 (2019): 8–27.
- Kadengkang, Justi Aresta, and Utaminingsih Linarti. “Pengukuran Perilaku Dan Niat Beli Produk Kosmetik Halal Melalui Modifikasi Theory of Planned Behavior (TPB).” *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 8, no. 1 (2020): 25.

<https://doi.org/10.22219/jipt.v8i1.8769>.

- Kartika Sari, Rini, Diah Yulisetiari, and Sudaryanto. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang." *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 10, no. 2 (2016): 115–26.
- Kasinem, Kasinem. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat." *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 17, no. 4 (2020): 329.
- Keloay, Gahensya, Wehelmina Rumawas, and Sandra Asaloei. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado." *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 2 (2019): 26.
- Khikmah, Zumrotul Rita. "Pengertian Minat Beli Konsumen" 2, no. 2 (2022): 1–23.
- Laili, Rizkiyah Rokhmatul, and Clarashinta Canggi. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya)." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 8, no. 6 (2021): 743.
- Latan, Ghazali and. "Partial Least Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris.," n.d.
- Lina, Roidah. "Meningkatkan Kualitas Produk Sebagai Strategi Fundamental Dalam Bersaing." *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business* 1, no. 1 (2018): 91–100.
- "Madrasa Aliyah Negeri 3 Kota Padang  
<https://Mantigakotapadang.Blogspot.Com/2018/04/Profil-Man-3-Kota-Padang>," n.d.
- Maefthudin, and M. Trihudyatmanto. "Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang." *Jurnal Ekobis Dewantara* 6, no. 2 (2023): 453–65. <https://doi.org/10.26460/ed>.
- Mahendra, Kevin Putra, and Ratih Indriyani. "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Agora* 7, no. 1 (2018): 6.
- Mareta, Lavenia Putri, and Tri Kurniawati. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Shampo Rejoice." *Jurnal Ecogen* 3, no. 3 (2020): 400.

- Maria, Monica, and Mohamad Yusak Anshori. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake." *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*| *Journal of Theory and Applied Management* 6, no. 1 (2016): 50–51.
- Martias, Lilih Deva. "Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi." *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 16, no. 1 (2021): 40.
- Maryati, and Khoiri.M. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 1 (2021): 542–50.
- Maulana, Andi. "Analisis Validitas, Reliabilitas, Dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa." *Jurnal Kualita Pendidikan* 3, no. 3 (2022): 133–39.
- Mawaddah, Rana Atiqah, and Toto Sugiharto. "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan: Studi Empiris Pada Konsumen E-Travel Agency (Online Travel Agency)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 26, no. 3 (2021): 206–22. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i3.3282>.
- Maydeu-olivares, Alberto, and Carlos G Forero. "Goodness-of-Fit Testing Author ' s Personal Copy Goodness-of-Fit Testing," no. October (2017). <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-044894-7.01333-6>.
- Mega Hasibuan, and Zuhri M Nawawi. "Peran Etika Bisnis Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan* 3, no. 1 (2023): 50–68.
- Meitiana, Meitiana. "Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur Theory of Planned Behavior." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 13, no. 1 (2017): 16. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1762>.
- Muhammad Irwan Padli Nasution dan Tyo Rizky Siagian. "Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)" 3, no. 2 (2023): 3282–87.
- Muhsinin, Muhammad Hanif, and Esi Fitriani Komara. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG LAPTOP ACER DI KOTA BANDUNG." *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting* 7 (2024).
- Mukhamad Fathoni, M.Pd.I. *Teknik Pengumpulan Data Penelitian. Jurnal Keperawatan,*

2019.

- Murniasih, Ni Nyoman, and Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Ms Glow Di Singaraja." *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 5, no. 1 (2023): 140–48.
- Mustofa. "Metode Penelitian Dengan NPF Dan Roa." *Jurnal*, 2015, 1–9.
- Mutammam, Mutammam, Ujang Sumarwan, and Netti Tinaprilla. "Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Angin Merek Green Nitrogen." *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen* 5, no. 2 (2019): 231–41.
- Muthohar, Muchsin. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Kepuasan Berbelanja Online Terhadap Minat Membeli Kembali Konsumen (Studi Pada Pengguna Shopee Di Indonesia)." *Journal on Education* 05, no. 04 (2023): 13634–46.
- Mutiara dan Imam Wibowo. "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian" 8, no. 2 (2020): 10–20.
- Nafisah, Anbar Nuha. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN PADA J.CO DONUTS & COFFEE DI KOTA PADANG." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2020, 1–75.
- Nasution, Asrizal Efendy, Linzzy Pratami, Putri Muhammad, and Taufik Lesmana. "Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan" 1, no. 1 (2019): 165–73.
- Nawiyah, Nawiyah, Refanov Constantin Kaemong, Muhammad Arifin Ilham, and Faraby Muhammad. "Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022." *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin* 1, no. 12 (2023): 1390–96.
- Nirawati, Lia. "Peran Kepercayaan Dalam Menciptakan Kesetiaan Pelanggan." *Neo-Bis* 7, no. 2 (2016).
- Nisa, Mukrimatun, Sudarno Sudarno, and Sugito Sugito. "Moderating Structural Equation Modeling Dengan Partial Least Square Pada Pemodelan Penerimaan Dan

- Penggunaan Dompot Digital Di Kota Semarang.” *Jurnal Gaussian* 10, no. 1 (2021): 66–75.
- Norhermaya, Yashinta Asteria, and Harry Soesanto. “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Pada Online Store Lazada.Co.Id).” *Diponegoro Journal of Management* 5, no. 3 (2019): 1–13.
- Novia, Mirna Ayu, Baharuddin Semmaila, and Imaduddin Imaduddin. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Tata Kelola* 7, no. 2 (2020): 201–12. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>.
- Novitasari, Indah, and Retno Hidayati. “ANALISIS KEPERCAYAAN KONSUMEN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE (Studi Empiris Pada Konsumen Lazada Di Semarang)” 12 (2023): 1–14.
- Nugroho, D. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, Dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel.” *Jurnal OE* VII, no. 2 (2017): 158–74.
- Nurjanah, Novita Eka, and Tsali Tsatul Mukarromah. “Metode Penelitian Kepustakaan.” *Media Sains Indonesia* 6, no. 1 (2021): 66–77.
- Palma, Marisa Arnindita, and Anik Lestari Andjarwati. “Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen* 16, no. 1 (2016): 84.
- Pangestu. “Metode Penelitian, PT Karetapi Indonesia Kota Bandung.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1689–99.
- Pastikarani, Dyah Adhisti, and Rahayu Tri Astuti Sri. “Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Hest’in Modiste Di Jakarta).” *Diponegoro Journal of Management* 5, no. 2 (2016): 1–9.
- Pebrianto, Nuruni Ika KW dan Randy. “KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK POND’S MEN.” *Journal of Economic And Business* 1 (2020): 55–66.



- Pering, I Made Anom Arya. "KAJIAN ANALISIS JALUR DENGAN STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) SMART-PLS 3.0." *Jurnal Satyagraha* 03, no. 02 (2021): 28–48.
- Punama, Ita, and Yuliana. "Management Pemasaran." *Manajemen Pemasaran Jasa* 4, no. 2 (2021): 96.
- Purbohastuti<sup>1</sup>, Arum Wahyuni, and Asmi Ayuning Hidayah. "MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER." *Bisnis Terapan* 04, no. 1 (2020): 37–46.
- Putro, Shandy Widjoyo. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2, no. 1 (2017): 1–9.
- Rachman, and Tahar. "Pengertian Kepercayaan." *Angewandte Chemie International Edition*, 2018, 10–27.
- Rahadi, Dedi Rianto. "Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model(Pls-Sem) 2023," no. August (2023).
- Rahmah, Citra Anita. *Elemen Kepuasan Konsumen. Jurnal Manajemen Tools*. Vol. 12, 2020.
- Rahman. *Metode Pengumpulan Data Sekunder. Asik Belajar*, 2022.
- Rakhman, Cindy Alodia Pratama dan Abdulah. "PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KEPUASAN PELANGGAN DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ACNE CARE SCARLETT WHITENING DI KELAPA GADING, JAKARTA UTARA." *Jurnal Ilmiah Hospitality* 621 11, no. 2 (2024): 20–22.
- Rama, Raudha Zahra, and Irda. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI PADA PRODUK SOMETHINC DI KOTA PADANG" 25 (2024): 1–23.
- Rasoolimanesh, S Mostafa. "Discriminant Validity Assessment in PLS-SEM: A Comprehensive Composite-Based Approach." *Data Analysis Perspectives Journal* 3, no. 2 (2022): 1–8.
- Rendy Irwanto, Muhammad, and Waspodo Tjipto Subroto. "Pengaruh Kepuasan

- Konsumen Dan Promosi Terhadap Niat Pembelian Ulang Konsumen Shopee Saat Pandemi.” *Jurnal Paradigma Ekonomika* 17, no. 2 (2022): 289–302.
- Rufliansah, Fahmi Firdaus, and Agus Hermani Daryanto Seno. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9, no. 4 (2020): 389–401.
- Safira, Andrialia, Siti Asyiah, and Arif Rahmat Slamet. “Pengaruh Customer Experience, Kepercayaan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Resto Hodai All You Can Eat.” *Jurnal Riset Manajemen* 12, no. 02 (2023): 40–51.
- Salsabila, Clarisa, Taufan Umbara, and Retno Setyorini. “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Somethinc.” *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik* 9, no. 4 (2022): 668–79.
- Santoso, Garnis, and Pontjo Bambang Mahargiono. “Pengaruh Kepercayaan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Stiesia Surabaya) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.” *Ilmu Dan Riset Manajemen* 12, no. 8 (2023): 1–16.
- Sariatini, Sari, and Christina Ekawati. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5 (2023): 1258–61.
- Satryawati, Eka. “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce.” *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer* 4, no. 1 (2018): 36–52.
- Setiowati, Dyah, Wiratri Anindhita, and Nada Arina Romli. “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Ritel Melalui Program Sampoerna Retail Community.” *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (2023): 98–113.
- Shabrina, Sekar Ayu, and Agung Budiarmo. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9, no. 4 (2020): 475–81.
- Shabrina, Zharfa, Iis Mariam, and Erlyn Rosalina. “ANALISIS PERILAKU

KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK BERSERTIFIKAT HALAL BERDASARKAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR (TPB) (STUDI KASUS: CUSTOMER DIANA CARE KLINIK, PANCORAN MAS, DEPOK).” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2022, 1–9.

Silviah, Reni, Hapzi Ali, and Hadita Hadita. “Pengaruh Celebrity Endorsement, Online Customer Review, Dan Minat Pembelian Ulang Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Skincare Scarlett Whitening Di Online Shop Tiktok.” *Jurnal Ilmu Multidisplin* 3, no. 1 (2024): 75–86.

Sjawal, B P, L Mananeke, and R. J. Jorie. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Café Manado) Consumers).” *379 Jurnal EMBA* 8, no. 3 (2020): 379–88.

Slamet, Rokhmad, and Sri Wahyuningsih. “Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja.” *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 17, no. 2 (2022): 51–58.

StuIzul Fuadi, M, and Bambang Budiantono. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.” *Widyagama National Conference on Economics and Business* 2, no. 1 (2021): 1–12.

Subagiyo, Rokhmat, and Ahmad Syaichoni. “Pelatihan Menggunakan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah.” *Ahmad Dahlan Mengabdi* 2, no. 1 (2023): 24–31.

Sugiyono. “Implementasi Program Diklat Berjenjang Tingkat Dasar Dalam Jaringan Untuk Meningkatkan Kompetensi Pendidik PAUD Universitas Pendidikan Indonesia,” 2019, 23.

Sukendra, I Komang, and I Kadek Surya Atmaja. *Instrumen Penelitian*, 2020.

Supartono. “Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19.” *IKRAITH-EKONOMIKA* 5, no. 2 (2022): 212–13.

Susanti, Rini. “Sampling Dalam Penelitian Pendidikan.” *Jurnal Teknodik*, no. 16 (2019): 187–208.

Syauki, Wifka Rahma, and Diyah Ayu Amalia Avina. “Millennial Women’s Perceptions

- and Preferences for Using Skincare in a Marketing Communications Perspective (Persepsi Dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Perempuan Milenial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Komunikasi* 4, no. 2 (2020): 42.
- Tampubolon, Manotar. “Metode Penelitian Metode Penelitian.” *Metode Penelitian Kualitatif* 3, no. 17 (2023): 43.
- Teressa, Benedicta, Jovita Intan Lukito, Adriana Aprilia, and Fransisca Andreani. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 18, no. 1 (2024): 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>.
- Triyonowati, and Anzil Laila. “PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT JNE SURABAYA Anzil Laila Triyonowati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya” 6 (2017): 1–17.
- Turmudi, Muhammad. “Produksi Dalam Perspektif Islam.” *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* XVIII, no. 1 (2017): 37–56.
- Unggul, Universitas Esa, and Jakarta Barat. “Uji Chi Square Modul Perkuliahan 12,” 2019.
- Waluya, Atep Hendang, Sirajul Arifin, Abu Yasid, and Iskandar Ritonga. “Etika Konsumsi Dalam Perspektif Maqāṣid Al-Sharī’ah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 2536.
- Wardhana, Aditya. *Teori Koefisien Jalur (Path Coefficients)*, 2024.
- Wicaksono, Dani Agung. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis).” *Ulil Albab : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 3 (2022): 505–9.
- Wingsati, Wahyu Eka, and Dorijatun Prihandono. “PENGARUH PENANGANAN KEGAGALAN LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN” 6, no. 2 (2017).
- Woen, Nathaza Gayatry, and Singgih Santoso. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Normal Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas

- Konsumen.” *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 10, no. 2 (2021): 146.
- Yam, Jim Hoy, and Ruhiyat Taufik. “Hipotesis Penelitian Kuantitatif.” *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi* 3, no. 2 (2021): 96–102.
- Yanti, Silvia Dwi, Sri Astuti, and Camelia Safitri. “Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018).” *Jurnal EMT KITA* 7, no. 1 (2023): 47–61.
- Yopani, Ariwibawa, Wely Hadi Gunawan, and Dadang Suhardi. “PENGARUH DIRECT MARKETING, KUALITAS PRODUK, DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI ULANG ONLINE SHOPPING PADA LIVE STREAMING TOKOPEDIA.” *Home of Management and Bussiness Journal* 1, no. 2 (2024): 60–70. <https://doi.org/10.26753/hombis.v3i2.1467>.
- Yulius, Dyah Dwi Marlina, Muksin. “Peran Organizational Citizenship Behavior Sebagai Variabel Mediasi Dalam Meningkatkan Komitmen Organisasi.” *Journal GEEJ*, 2023.