

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, A., Chandra, A. R., & Azra, T. (2022). *EasyChair Preprint The Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on Students' Decision to Purchase Telkomsel Internet Data Packages*.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (n.d.). *MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Dantommy, E., & Ruslim, S. (n.d.). *PENGARUH PERCEIVED QUALITY, BRAND IMAGE, BRAND TRUST TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK MILO*. <http://www.topbrand-award.com>
- Erpurini, W., & Janah, W. S. (2022). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen E-commerce (Studi Kasus: Pembelian Produk Shopee.co.id pada Karyawan Borma Toserba Bandung). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 244–248. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.621>
- Febrian, A., & Fadly, M. (n.d.). The Influence of Transformational Leadership Style on Work Engagement Remuneration Dimediation and 207 JAM BRAND TRUST AS CELEBRITY ENDORSER MARKETING MODERATOR'S ROLE. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(1), 207–216. <https://doi.org/10.21776/ub.jam>
- Gede, I., Satria, W., & Putra, C. (n.d.). [Evaluation of the Influence of Product Quality, and Product Innovation Marketing Promotion for the IKEA Brand Image]. *Jurnal Digismantech*, 1(1). <https://doi.org/10.30813/digismantech.v1i1.2264.g2075>
- Gunawan, D. G. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 815. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4508>
- Helen Heliani, Dedy Ansari Harahap, & Septiana Ayu Estri Mahani. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Work Coffee di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.4485>
- Ilmiah Manajemen Ubhara PENGARUH KEPERCAYAAN DAN, J., Ardianto, K., Putri Nuriska, F., Nirawati, L., Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional, F., & Timur, J. (n.d.). *ULASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG EMINA PADA OFFICIAL STORE SHOPEE DI KOTA SURABAYA*. www.kemenperin.go.id
- Khoirul, M., Maduwinarti, A., Pujianto, A., & Bisnis, A. (n.d.). *PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN KUALITAS*

*PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADAPRODUK PERSEBAYA STORE DI SURABAYA.*

- Krismisandi, D., & Rahmidani, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli Kamera DSLR Nikon Pada Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) Universitas Negeri Padang*. 01(2), 209–221.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu*. 3(2). www.investor.iddi
- Merchanda Mertha, A. A. N., & Respati, N. N. R. (2022). PERAN KEPERCAYAAN MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Finns VIP Beach Club Canggung). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3), 569. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i03.p08>
- Naufal Hakim, I. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMERA DIGITAL CANON DI SEMARANG. In *Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 1, Issue 2). <https://journal.sinov.id/index.php/jurimbik/page10>
- Nayumi, S., & Sitinjak, T. J. R. (n.d.). *PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN IMAGE, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INNISFREE DI MALL KELAPA GADING JAKARTA UTARA*. <https://marketeers.com/di-balik-kesuksesan-merek-kecantikan-korea/>
- Ngabiso, F., Radji, D. L., Kango, U., Fakultas, J. M., Universitas, E., & Gorontalo, N. (2021). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST) TERHADAP LOYALITAS MEREK (BRAND LOYALTY) PADA PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA (STUDI PADA KONSUMEN AMDK MEREK AQUA DI KOTA GORONTALO). *Febriyanto Ngabiso, Djoko L. Radji, Umin Kango, 4*.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nuril Ihsan, M., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap minat beli ulang The influence of brand image and brand trust on consumer satisfaction and its impact on re-buying interests. *FORUM EKONOMI*, 24(1), 170–176. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>

- Padmawati, N. M., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). PERAN KEPERCAYAAN MEREK DALAM MEMEDIASI PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CHATIME DI BALI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2621. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p08>
- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Putra, I. W. G. G. P., & Sulistyawati, E. (2019). PERAN BRAND TRUST MEMEDIASI PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP BRAND LOYALTY. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(7), 4328. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i07.p12>
- Rachman, R., & Oktavianti, R. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Online (Survei Pengguna Produk UniPin)*(Vol. 5, Issue 1).
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja). In *Journal Management* (Vol. 20, Issue 1).
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (n.d.). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM KAWAII COKLAT)*.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE. In *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* (Vol.11, Issue 1).
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). PERAN BRAND IMAGE DALAM MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6721. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p17>
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu*. <https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium/article/view/55>
- Sony, M., & Arif, Z. (n.d.). PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PRODUK TABUNGAN EMAS PEGADAIAN. In *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* (Vol. 8).
- Tanjaya, S. C., Maneke, L., & Tawas, H. . (2019). EFFECT OF INFORMATION QUALITY, TRUST AND EASE OF CONSUMER ON VAPE PRODUCT PURCHASE DECISIONS ON INSTAGRAM. In *4935 Jurnal*

- EMBA* (Vol. 7, Issue 4).
- Then, N., & Johan, S. (n.d.). *EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND BRAND TRUST ONPURCHASE INTENTION OF SK-II SKINCARE PRODUCTS BRAND IN JAKARTA*.
- Tiya, M., Suari, Y., Luh, N., Sayang Telagawathi, W., & Yulianthini, N. N. (2019a). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1).
- Wahyu Laksono Nanang Suryadi, A. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PELANGGAN GEPREK BENSU DI KOTA MALANG. In *Holistic Journal of Management Research: Vol. I* (Issue 1).
- Wibowo, K. A., & Prabawani, B. (n.d.). STUDI PADA KONSUMEN SARI ROTI DI SEMARANG. In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X*. www.kontan.co.id