

## DAFTAR PUSTAKA

- Arch G. Woodside, Carol M. Megehee, Alfred Ogle. (2017). In *Jurnal Sains dan Seni ITS* (Vol. 6). Retrieved from <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf><http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006>
- Dewanti, R., Ismail, I., Tzasrihanto, M. J., & Prabowo, A. (n.d.). *7 th UBAYA INTERNATIONAL ANNUAL SYMPOSIUM ON MANAGEMENT ANALYSIS OF INFLUENCE BRAND TRUST AND BRAND IMAGE TOWARDS PURCHASE DECISION THE PRIVATE LABEL PRODUCT AND THEIR IMPACT ON BRAND LOYALTY*.
- Fraya, V. (2023). 3,452, Sedangkan Nilai T. *Jurnal Ilmiah Metadata*, 5(2), 350–372.
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 172. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.223>
- Santoso, P. H., & Triyonowati, T. (2024). THE INFLUENCE OF INNOVATION, ADVERTISING, QUALITY AND BRAND TRUST ON THE PURCHASE DECISIONS OF OPPO SMARTPHONES BY STUDENTS. *International Conference of Business and Social Sciences*, 3(1), 387–400. <https://doi.org/10.24034/icobuss.v3i1.384>
- Tusanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Tiktok shop. *Journal FEB UNMUL*, Vol. 23(4), hlm. 632-639.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021). Relationship Word of Mouth , Advertising and Product Quality To Brand Awareness. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1099–1108.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (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. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. Retrieved from <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2019). *Marketing Management*. 4th Edition.

- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis (JSMB)*, 6, 96-104.
- Putra AF, Saputri ME. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair UHT Ultra Milk. *Journal e-Proceeding of Management*. 7(2).
- Sari PI,Sufi. (2021). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Yakult di Kota Lhokseumawe (Studi Konsumen Yakult Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh Kampus Bukit Indah). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 4(1).
- Tjiptono Fandy (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Pramezwarly, A., Juliana., Winata, J., Tanesha, R., Armando, T.. (2021). Brand Trust Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. Vol. 19. No. 1.
- Adawiah, A. Y. (2020). Pengaruh citra merek dan iklan di media sosial terhadap keputusan pembelian (Studi pada McDonald's A.P. Pettarani Makassar). Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
- Agilia Syafitri, Eca Ratna Sari, Vicky F. Sanjaya. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*. Vol. 1, No. 1 Mei (2021).
- Ahmad Fahrezi dan Uuh Sukaesih. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah. Mall Jakarta). Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK).
- Ainiyah, A., & Fahma, F. (2020). Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan menggunakan EPIC Model terhadap Peningkatan Brand Awareness pada Produk Indihome. *Jurnal Seminar dan Konferensi Nasional IDEC*.
- Andri Novianto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Mitra Sintera Di Batam. Universitas Putera Batam.
- Azis, A. R. (2021). the Effect of Trust and Price on Purchase Decisions Through Brand Image As Intervening Variables (Case Study of Shopee Users in Makassar City). *Hanauddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 22-39 Vol.4 No.1, 2021/ISSN: 2598-0890.
- Dewi Nurmasari Pane, Miftah El Fikri, Dan Beni Anggara. (2020). Pengaruh Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Daging di PT. Trans Retail Indonesia Store Carrefour Medan Citra Padang Bulan). *Jurnal Manajemen Tools*. Vol. 12 No. 2 Desember 2020

- Dianatari, N. P. D., Kusuma, I. G. A. N. G. E. T., Rihayana, I. G. (2021). Pengaruh Brand Trust Dan Brand Association Terhadap Brand Loyalty Pada W Retreat & Spa Bali Seminyak. Vol. 2, No. 4.
- Firmansyah A. (2020). Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Kepuasan Konsumen Serta Niat Pembelian Ulang Pada Produk Gadai Emas Ib Barokah di Bank JATIM Cabang Syariah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*. 5(2).
- Haryanti, D. S., Hermawan, E. (2021). Brand Identification, Satisfaction, Brand Trust Dan Commitment Terhadap Customer Loyalty Pada Konsumen Motor Sport. Vol. 13, No. 1.
- Hendry. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Gunung Kawi. Universitas Putera Batam.
- Kelvianto, Y. E. (2019). Pengaruh Perceived Value, Brand Image Dan Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan.
- Lina. (2020). Pengaruh Fasilitas, Lokasi Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Pt Glory Point Di Kota Batam. Universitas Putera Batam.
- Mutia Wanda Putry, Resti Hardini, dan Kumba Digdowiseiso. (2024). RETRACTED : The Influence of Brand Image, Brand Trust, and Advertising on the Purchase Decision of Wardah Cosmetic Products in Lima Plaza in South Jakarta. *Journal of Social Science*. Vol. 5 No. 2. DOI: <https://doi.org/10.46799/jss.v5i2.793>
- Nasution, C. Fadillah, & Kristaung, R. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Online (studi kasus cosmetics Brand Mother Of Pearl). *Ekonomi Digital*, 1(2), 131–140. <https://doi.org/10.55837/ed.v1i2.15>
- Risma Amelia Irani. (2019). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.
- Rizal, Afrizal, dan Juhari. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sepakbola Merek Specs Di Kota Pangkalpinang. *JEM: Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, Vol 6, No. 2, Edisi Jul-Des 2020, hal 55-65
- Sallyna. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Sosro Di Kota Batam. Universitas Putera Batam.
- Tamara, S. Y., Putra, T. A. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek Ekuitas Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pasta Gigi Merek Pepsodent Di Kota Padang. Vol. 16. No. 1.
- Zuniarentina. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Merek Pada Konsumen Maskara Oriflame Disurabaya. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya*.
- Fauzi, A., & dkk. (2022). *Metodologi Penelitian*.

Sahir, S. H. (2022). Metodologi Penelitian (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (ed.)). KBM Indonesia.

Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In Klik Media.

Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial.

Sekaran, U. (2016). *Research Methods for Business*.