

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Afzal, Hasan et. Al. (2010). *Consumer 's Trust in a Brand: Can it Be through Brand Reputation, Brand Competence, and Brand Predictability. International Business Research, Vol. 3*.
- Amilia, S. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Aryani, K. B., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Merek Bimoli pada Ibu Rumah Tangga di Banyuning Singaraja. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 5(1).
- Auliyanti, E. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *OPPO Smartphone* (Studi Kasus Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang).
- Bambang, A., & Heriyanto, M. (2017). Pengaruh *Brand Equity Dan Brand Trust* Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova (Survey Konsumen Pada Dealer PT. Agung *Automall* Cabang Sutomo Pekanbaru). *Journal Online Mahasiswa FISIP, Vol. 4 No. 2*.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). *The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan *Continuous Form* Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 158-169. Top 20.
- Ferdinand, Au. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gecti, F., & Zengin, H. (2013). *The Relationship Between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey*. Vol. 5 No. 2, 111-119.
- Ghozali, Imam. (2011). *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS"*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P & Amstrong, G (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Penerjemah Imam Nurmawan. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. (2002) Jakarta: PT. Prehalindo
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Lau, G. T. and Lee, S. H. (1999). "Consumer Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty". *Journal of Market Focused Management*, 4:341-370.
- Mahendra, H. A. I., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang). *Journal of Business & Applied Management*, 15(1), 019-034.
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.
- Prawirosentono, S. (2004). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management Abad 21, Studi Kasus dan Analisis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Priyatno, D. (2009). *Mandiri Belajar SPSS*. Cetakan Ketiga, Yogyakarta: Media Kom.

Putri, N. A., Burhanudin, A. Y., & Sarsono, S. (2021). Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Dettol pada Masa Pandemi *Covid-19* di Luwes Gentan (*Brand Image, Brand Trust, And Product Quality to Purchase Decision for Dettol Hand Sanitizer During Covid-19 Pandemic*). *Jurnal Ekbis*, 22(1), 69-87.

Rizan, M., dkk. (2012). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Teh Botol Sosro Survei Konsumen Teh Botol Sosro di *Food*

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*

Siagian, H., & Cahyono. E. (2014). Analisis *Website Quality, Trust* dan *Loyalty* Pelanggan *Online Shop*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Volume 8. Nomor 2. Halaman 55-61.

Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Penerbit: CV. Alfabeta.

Supangkat, A, H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 6. No 9.

Tehuayo, E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Kulit Kerang Mutiara di Desa Batu Merah Kota Ambon. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8168-8180.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset,

Countries with the highest number of internet users. 2021.
<http://www.internetworldstats.com/top20.html>.

Top Brand Index Situs Jual Beli Online 2017-2021.
https://www.topbrand-award.com/top-brand%20index/?tbi_find=shopee.