

DAFTAR PUSTAKA

- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. L. (2021). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction. **Journal of Advanced Research in Business and Management Studies**, 23(1), 1–13.
- Alfatika, D., Lestari, Y. D., & Rahmadhani, R. (2024). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap minat beli ulang melalui loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening. **Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan**, 12(1), 25–34.
- Aurelia, N., & Widiantari, N. (2022). Pengaruh kepercayaan terhadap minat beli konsumen pada platform digital. **Jurnal Manajemen dan Bisnis**, 10(2), 45–56.
- Blessa, A. R., Firdaus, M. R., & Putra, Y. A. (2022). Pengaruh citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk smartphone Xiaomi. **Jurnal Ekonomi dan Bisnis**, 10(2), 150–160.
- Casu, B., Girardone, C., & Molyneux, P. (2015). **Introduction to banking* (2nd ed.)*. Pearson Education Limited.
- Cahyani, N. P., et al. (2024). Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian. **Jurnal Manajemen**, 12(1), 55–66.
- 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.
- Durianto, D. (2013). **Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek**. Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). **Consumer Behavior**. Dryden Press.
- Fakhrul, A. (2022). Pengaruh kelompok rujukan dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada konsumen produk herbal HNI-HPAI di Kabupaten Bone. **Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam**, 7(1), 1–15.
- Febriana, R., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian. **Jurnal Bisnis dan Manajemen**, 9(2), 101–112.
- Ferdinand, A. (2014). **Metode penelitian manajemen: Pedoman penulisan skripsi, tesis dan disertasi ilmu manajemen** (Edisi 5). Badan Penerbit

- Universitas Diponegoro.
- Fitroni, A., & Dwiridotjahjono, J. (2025). Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian. **Jurnal Manajemen Pemasaran**, 11(1), 12–25.
- Gefen, D. (2000). E-commerce: The role of familiarity and trust. **Omega**, 28(6), 725–737.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). **Partial least square: Konsep, teknik dan aplikasi smartPLS 3.0 untuk penelitian empiris**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R., Auliya, N., & Prasetyo, B. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap minat beli. **Jurnal Ekonomi dan Manajemen**, 12(3), 45–53.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2021). **Consumer behavior* (7th ed.)*. Cengage Learning.
- Keller, K. L. (2020). **Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kojongian, G. A., Mokodaser, M. F., & Lintong, S. A. (2019). Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda. **Jurnal EMBA**, 7(1), 110–119.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). **Principles of marketing* (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing management* (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Lesmana, A. G. (2022). Pengaruh kelompok rujukan dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu Converse. **Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)**, 17(2), 78–85.
- Lutfi, R., & Nufus, A. (2018). Peran mediasi minat beli pada pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan beli. **Jurnal Ekonomi dan Bisnis**, 6(1), 55–67.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. **Academy of Management Review**, 20(3), 709–734.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). *The commitment-trust theory of relationship marketing*. **Journal of Marketing**, 58(3), 20–38.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). **Consumer behavior* (5th ed.)*. Pearson Education.

- Mudrajad, K. (2003). **Metodologi penelitian untuk ekonomi dan bisnis**. UPP STIM YKPN.
- Mulia, R. P., & Utamaningsih, F. (2021). Pengaruh citra merek dan minat beli terhadap keputusan pembelian. **Jurnal Manajemen dan Bisnis**, 9(2), 21–30.
- Murtiningsih, D., Gunawan, D. S., & Agustin, R. (2019). Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian online. **Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen**, 8(1), 1–12.
- Naviral, A., & Lestari, D. (2021). Pengaruh kelompok rujukan terhadap minat beli. **Jurnal Pemasaran**, 9(1), 45–56.
- Oktavianingsih, D., & Setyawati, H. (2020). Pengaruh kelompok rujukan terhadap keputusan pembelian. **Jurnal Manajemen**, 7(1), 34–45.
- Pratiwi, R., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh kelompok rujukan terhadap keputusan pembelian. **Jurnal Ilmu Manajemen**, 9(3), 120–130.
- Ramdani, R. (2018). **Metodologi Penelitian**. Gramedia.
- Rahayu, S., et al. (2021). Pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan menabung. **Jurnal Perbankan Syariah**, 6(2), 77–89.
- Rizki, M., & Tamamudin, M. (2024). Pengaruh kelompok rujukan terhadap keputusan pembelian. **Jurnal Manajemen**, 12(2), 100–112.
- Sakinah, S., & Firmansyah, A. (2021). Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian. **Jurnal Bisnis**, 8(1), 55–66.
- Sandala, N., et al. (2021). Pengaruh kelompok rujukan terhadap minat beli. **Jurnal Ekonomi dan Bisnis**, 10(1), 40–52.
- Siregar, S. (2016). **Statistika Deskriptif untuk Penelitian**. Rajawali Pers.
- Solihin, D., & Dede, S. (2020). Peran mediasi minat beli terhadap keputusan pembelian. **Jurnal Manajemen**, 7(2), 88–99.
- Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. (2022). **Marketing: Real People, Real Choices**. Pearson.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). **Consumer behavior* (9th ed.)*. Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). **Consumer behavior* (12th ed.)*. Pearson.

- Setiadi, N. J. (2011). *Perilaku konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. Kencana.
- Simamora, B. (2011). *Panduan riset perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, R. (2016). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Kencana.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tsiotsou, R. H., & Sideridou, G. D. (2021). Consumer behavior and marketing strategy. *Journal of Business Research*, 128, 1–10.
- Tati, R., Sumartono, & Firmansyah. (2015). Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 15–27.
- Wardoyo, W. (2023). Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi*, 9(1), 14–25.
- Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan manfaat terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pinjaman online SPayLater pada mahasiswa di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Nusantara*, 4(1), 34–45.
- Zebua, Y., & Sijabat, R. (2025). Peran mediasi minat beli terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 25–37.