

DAFTAR RUJUKAN

- Afianka M. 2012. *Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi Sarjana. Depok : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UI.
- Agustina, Nadia, dkk. 2018. “Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pengguna Kartu Operator Seluler Simpati pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Fakultas Ilmu Administrasi)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Volume 64, Nomor 1 (hlm. 1-10).
- Alkutubi dan Muhammad M. 2019. “*Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Layanan Internet Telkom Indihome di Kota Yogyakarta*”. Bachelor Thesis. Universitas Ahmad Dahlan.
- Alvin A, Bernadus dan Adrian Hidayat. 2018. “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Snack Coklat Tobelo pada PT. Bumi Tangerang Coklat Utama”. *ECO-Buss Jurnal*. Volume 1, nomor 1 (hlm.1-12).
- Arista, Desi dan Sri R. 2011. “Analisis Pengaruh Iklan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen”. *Aset*, Volume 13, Nomor 1 (hlm. 37-45).
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2019. Statistic Produk Yang Mendapat Persetujuan Izin Edar. Tersedia pada: www.pom.go.id. (diakses tanggal 15 september 2020).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Buleleng. 2020. “Proyeksi Penduduk Kabupaten Buleleng Menurut Jenis Kelamin, 2010-2020”. Tersedia pada <https://bulelengkab.bps.go.id/>. (Diakses tanggal 2 oktober 2020).
- Bagus, Dimas R. 2015. *Pengaruh Persepsi Kualitas, Nilai yang Dirasa, Kepercayaan pada Merek dan Citra Merek terhadap Niat Beli Kamera Digital Sony di Kota Sidoarjo*. Tugas Akhir. Jurusan Manajemen, STIE PERBANAS, Surabaya.
- Bastian, Christ W. 2019. “Sejarah Berdirinya PT Paragon Technology and Inovation Hingga Sukses”. Tersedia Pada: <https://www.idntimes.com/life/career/christ-bastian-waruwu/sejarah-pt-paragon-c1c2/4> (diakses tanggal 17 april 2020).
- Candra, Hakim A.P, dkk. 2014. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan serta Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Volume 15, Nomor 2 (hlm. 1-6).
- Citra, Tamara dan Suryono. 2016. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui

- Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang)”. *eCo-Buss Jurnal*, Volume 5, Nomor 2 (hlm. 1-12).
- Delgado, E., Munuera, J.L. and Yague, MJ. 2003. “Development and Validation Brand Trust Scale”. *International Journal of Market Reseach*, Volume 45, Nomor 1 (hlm. 35-54).
- Deniel, Purba, dkk. 2018. “The Influence of Product Quality on Purchase Intention Through Electronic Words of Mouth in PT. Telkomsel Medan”. *The International Conference of Organizational Innovation* (hlm. 1-9).
- Dewi, Meutia. 2017. “Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Kosmetik Pixy (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra)”. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Volume 6, Nomor 2 (hlm. 1-11).
- Fakhru, Muhammad Rizky N, dan Hanifa Yasin. 2014. “Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan”. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Volume 14 Nomor 2 (hlm.1-9).
- Fandiyanto, Randika dan Ratih Endriyasaki K. 2019. “Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo”. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Volume 7 Nomor 1 (hlm. 1-22).
- Febriani, Nufian S. dan Wayan Weda A. 2018. *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang : UB Press.
- Ferdinand, Agusty. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. ‘*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*’. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Global Business Guide Indonesia. 2018. “Indonesia’s Cosmetic Industry”. Tersedia pada http://www.gbgingonesia.com/en/manufacturing/article/2018/indonesia_s_cosmetics_industry_the_rise_of_halal_cosmetics_11842.php (diakses tanggal 3 Oktober 2020).
- Hudzaifah. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Samsung Smartphone di Undip)*. Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip.
- Hulu, Paolinus dan Endang Ruswanti. 2018. “Influence of Product Quality, Promotion, Brand Image, Cunsomer Trust towards Purchase Intention (Studi Case On Pocari Sweat Isotonic Drink In Indonesia)”. *Journal of business and management*. 20 (8) (hlm. 55-61).

- Iwan, dkk. 2019. “Analisis Kualitas Produk terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Oriflame”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 3, Nomor 3 (hlm. 1-6).
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. Edisi 14. Pearson Education Limited: England.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi 15. Global Edition. United Kingdom: Pearson Education.
- Kresnamurti R. dan Ariani P. 2012. “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Oli Federal di Wilayah Jakarta Timur”. *Jurnal Sains Ekonomi*, Volume 10, Nomor 1 (hlm 1-14)
- Kustini, dkk., (2011), “Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product”, *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventur*. Volume 14, Nomor 1 (hlm. 19-28).
- Monica, Eva B. 2015. “Hubungan Kepercayaan Merek dan Persepsi Kualitas dengan Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Silver International Clinic”. *eJournal Psikologi*, Volume 3, Nomor 3 (hal. 659 -671).
- Mulyadi, dkk., 2015. “Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Mie Sedap di Pasar Pedurungan Kidul Semarang)”. *Journal of management*, Volume 1, Nomor 1 (hlm.1-7).
- Permata Sari, Niken dan Retno W. 2014. “Hubungan antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 5, Nomor 1 (hlm.11-21).
- Philius, Mamahit, dkk, 2015. “Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris pada Pt. Hasjrat Abadi Manado”. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 15, Nomor 05 (hlm. 1-11).
- Pramuda, Hafizha W. 2010. *Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi Produk, Harga Produk dan Iklan Produk Pesaing terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Sabun Pembersih Wajah Biore*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ridwanudin, Riki dan Fanni Husnul H. 2019. “Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Minat Beli Konsumen Daihatsu Grand New Xenia Di Bandung”. *Jurnal e-Proceeding of Applied Science*, Volume 5, Nomor 2 (hlm. 1-10).
- Semuel, Hatane dan Adi Suryanata. 2017. “Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya”. *Jurnal Manajemen*

Pemasaran, Volume 8, Nomor 2 (hlm.1-8).

Sigit, Achmad S. 2018. “Kinerja Industri Kosmetik Nasional Lampauai Pertumbuhan Ekonomi”. Tersedia pada: <https://kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampauai-Pertumbuhan-Ekonomi> (diakses tanggal 15 September 2020).

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Susanti, Desi. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Produk Tupperware pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru”. *Jurnal Fakultas Ekonomi UMSB*, Volume III, Nomor 5 (hlm. 1-10).

Top Brand Index 2017-2019. Tersedia pada: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>. (diakses tanggal 17 April 2020).

Tria, Novi., dkk. 2018. “Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek dan Keunggulan Produk terhadap Minat Beli Produk Luxuri Fashion Brand dengan Gender sebagai Moderating pada Pemasaran Media Sosial di Kota Banda Aceh”. *Jurnal Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsyiah*, Volume 2, Nomor 1 (hlm. 1-16).

Valentine, Christin dan Agus.M. 2019. “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Iphone di Bandung”. *E-Proceeding of Applied Science*, Volume 5, Nomor (hlm.1-8).

Wirayanthy, Noverita dan Singgih S. 2019. “Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas terhadap Minat Beli Produk Private Label”. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, Volume 2, Nomor 1 (hlm. 87-96).