

## DAFTAR RUJUKAN

- Adiwidjaja, A. J. 2017. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora*, 5(2).
- 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.
- Amron, A. 2018. The influence of brand image, brand trust, product quality, and price on the consumer's buying decision of MPV cars. *European Scientific Journal*, 14(13), 228-240.
- Andriyano, Budiono, dan Wiyanto. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Corporate Branding Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung Melalui Brand Equity Sebagai Mediasi Pada Mahasiswa/I S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. *Conference on Management and Behavioral Studies*.
- Bhattacharya, D., & Saha, D. (2016). Spousal Purchase Decision Making in Metropolis Incorporating the Moderating Effect of Product Involvement and Brand Trust: A Binary Logistic Approach. *SIT Journal of Management*. Vol.6. No. 2.
- Evelina, N., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. 2013. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *jurnal ilmu administrasi bisnis*, 1(1), 203-213.
- Foster, B. 2016. Impact of brand image on purchasing decision on mineral water product "Amidis" (Case study on bintang trading company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2, 1-11.
- Ginting, E. D., Novliadi, F., & Siahaan, S. (2020). Outcome or process regret: Consequences of brand trust to consumer purchase regret. *International Journal of Economics and Management Systems*, 5.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariant dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Huda, N. (2020). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian motor scuter matic Yamaha di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 37-43.
- Katrin, I. L., & Setyorini, H. D. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Javana Bistro Bandung. *Gastronomy Tourism Journal*, 3(1), 246-254.

- Kertajaya, Hermawan. (2009). *New Wave Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks. Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Mahuda, F. D. Pengaruh Brand Personality Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Butik Meccanism). *Jurnal Ekonomi Islam*, (p-ISSN: 2087-2178, e-ISSN: 2579-6453). Vol. 8 No. 2.
- Nopriani, N. (2016). *Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis ABC (Studi Ud. Toko Harapan Besar di Desa Suka Maju Dk 4d)* (Doctoral dissertation, Universitas Pasir Pengaraian).
- Nugroho J. S, (2003), *Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Prenada Media, Jakarta.
- Nugroho, P. A. 2016. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Asus Pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purworejo* (Doctoral dissertation, Manajemen-Fakultas Ekonomi).
- Putra, M. T. N., & Nurmahdi, A. (2020). Analysis Of Effect Price And Quality On Brand Image And Its Implication On Purchase Decision Modena Gas Cooktop (Case Study On Grand Galaxy City Residence Bekasi). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(5), 747-761.
- Putra, P. Y., & Ningrum, S. (2019, February). The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisions of Nike Brand Sport Shoes In Surabaya. *In Journal of World Conference (JWC)* (Vol. 1, No. 1, pp. 208-218).
- Ramadhan, T. S. (2020). Analisis Pengaruh Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Buying Decision Kamera Canon Pada Komunitas Pencinta Fotografi Di Kota Malang. *JIMMU (Jurnal Ilmu Manajemen)*, 5(1), 93-111.
- Ratri. (2007). Hubungan Antara Citra Merek (*Brand Image*) operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler Di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro

Semarang, Fakultas Psikologi, (Skripsi) Universitas Diponegoro: Semarang.

Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.

Sidarta, H. 2019. Pengaruh Brand Trust Dan Brand Equity Terhadap Loyalitas Pelanggan Tri Di 3store Denpasar. *Majalah Ilmiah Widayacakra*, 2(01), 17-17.

Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41-53.

Tandun, C. 2014. Analisa pengaruh brand image, Brand Trust dan Economic Benefit terhadap niat pembelian polis asuransi PT. Sequislife di surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.

Tarigan, A. S., & Siregar, Z. Pengaruh Harga Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Studi kasus pada OPPO Store, Sinergy Cellular Medan). *Jurnal PLANS: Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 17-21.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.

Utama, R. (2018). *Statistik Penelitian Bisnis dan Pariwisata*. Andioffset: Yogyakarta.

Trista, N. L., & Saryadi, S. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Keputusan Toyota Avanza Di Kota Semarang* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).

Yusuf, R. B., & Nilowardono, S. (2019, November). The Effect Of Social Media Marketing, Trust Brand, And Word Of Mouth On Purchase Decisions (Case Study At Real B Distro Surabaya). In *Journal of World Conference (JWC)* (Vol. 1, No. 2, pp. 267-273).