

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, H, Suryana. Hidayat, Rahmat. 2018. "The Effect of Video Advertisement by Beauty Vlogger on Buying Intention." *International Journal of Accounting, Finance, and Economics* 1(1):(STKIP) SIngkawang.
- Assail, H. (2004), *Consumen Behavior : A Strategic Approach*. USA : Houghton Mifflin Company.
- Aydin, Gülnil, Aybeniz Akdeniz Ar, and Çağatan Taskin. 2014. "The Role of Brand Trust on Parents' Purchase Intentions of Baby-Care Products." *Doğuş Üniversitesi Dergisi* 15(2):165–80.
- Citranuari, Sekar Jingga. 2015. "Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang." 129.
- Delgado, Ballester Elena, Louis Jose Alema, Munuera, and Jesus Maria Yague Guillen. 2003. "Development and Validation of A Brand Trust Scale." *Journal of Market Research* 45(1):18.
- Desi Arista, E., and Sri Rahayu Triastuti. 2011. "Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET* 13(1):36604.
- Eva Sheilla Rahma. 2007. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian." Tesis, Universitas Diponegoro Semarang. Semarang.
- Fandy, Tjiptono. 2001. *Srategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Ferdinand, Augusty. 2000. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis S-2 Dan Disertasi S-3*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- Ferinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen Implikasi Pada Strategi*

Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram Ibm Spss19*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Huang, Chun-Chen, Szu-Wei Yen, Cheng-Yi Liu, and Te-Pei Chang. 2014. "The Relationship Among Brand Equity, Customer Satisfaction and Brand Resonance to Repurchase Intention of Cultural and Creative Industries in Taiwan." *International Journal of Organizational Innovation* 6(3):106–20.

Karim, Saeful. 2007. "Penerapan Pembelajaran Berbasis Masalah Untuk Meningkatkan Penguasaan Konsep Fisika Serta Mengembangkan Keterampilan Berpikir." *Proposal Hibah Kompetitif UPI*.

Keller, Kevin Lane. 1987. "Memory Factors in Advertising: The Effect of Advertising Retrieval Cues on Brand Evaluations." *Journal of Consumer Research* 14:18.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, Philip, and Keller Kevin Lane. 2016. *Marketing Manajemen (Global Version)*. 15th ed. England: Pearson Education. Inc.

Lau, Geok Theng, and Sook Han Lee. 1999. "Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty." *Journal of Market-Focused Management* 4:341–70.

Li, Xian Guo, Xia Wang, and Yu Juan Cai. 2011. "Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions: The Mediating Role of Cognitive and Affective Attitudes." *Journal of Computers* 6(9):1875–79. doi: 10.4304/jcp.6.9.1875-1879.

Maleka, Safiyya. 2014. "Pengaruh Iklan, Brand Trust, dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mie Instan Merek Indomie". Tesis, Universitas Kristen Maranath. Bandung.

- Putra, Algamar. 2017. "Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli."
- Ratri, Lutiary Eka. 2007. *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rizky Nst, Muhammad Fakhru, and Yasin Hanifa. 2014. "Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan." *Tetrahedron Letters* 14(02):143.
- Romadhona, Ratna Ningtyas Nur, I. Nyoman Sudapet, and Hamzah Denny Subagio. 2018. "Influence of Packaging Design, Promotion and Brand Image on Consumer Buying Interest (Study Case of Consumers Glek-Glek Tea Nganjuk)." *IJIEEB: International Journal of Integrated Education, Engineering and Business* 1(2):68–78. doi: 10.29138/ijieeb.v1i2.762.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Setiawaty, Novia Anggraeni. 2017. "Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 22(1):96601.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. 1st ed. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Sugiyono. 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,*

Dan R&D. Bandung: Cv. Alfabeta.

Swastha, Basu. 2009. *Manajemen Penjualan*. Jakarta: Erlangga.

Tanoni, Romy Victor. 2014. “Pengaruh Iklan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Citra Merek dan Sikap Pada Minuman Isotonic Mizone Di Surabaya.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 1(2):1–7.

Veronika. 2016. “Pengaruh Iklan dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen, dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi”. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Surabaya.

Wibisono, A. 2005. “Pengaruh Sikap Atas Iklan Sabun Mandi Padat Merek Lifebuoy terhadap Sikap Atas Merek Sabun Mandi Padat Lifebuoy di Kalangan Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya”. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Unika Widya Mandala Surabaya.

<https://www.msn.com/id-id/ekonomi/detailsaham/financials/swx-nesn/fi-b1lca2>
diakses 23 Desember 2020.

<https://www.topbrand-award.com/metodologi-survei/> diakses 23 Desember 2020.

<https://www.youtube.com/nescafeofficial/> diakses 23 Desember 2020.

