

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiwijaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3), 8.
- Ah Supangkat. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Volume 6, No 9.
- Adriana, B. And Andrzej, B., 2019. Comparison Of Physical And Functional Properties Of Whipping Cream And Whipping Cream Analogue. *Food Sci Nutr Res*, 2(3), Pp.1-7.
- Adiwiwijaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3), 8.
- Adiwiwijaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3), 1–9.  
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6063>
- Ahmad Sukron, F. & A. H. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Rumah Makan Padang Murah Beringin). *Dharma Ekonomi*, 54, 6.
- Ardani, W. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Converse di Kota Denpasar, Bali. *Ilmu Komputer Dan Bisnis*, XI(1), 2412–2427.  
[file:///C:/Users/ASUS/Downloads/48-Article Text-72-2-10-20201231 \(1\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/48-Article%20Text-72-2-10-20201231%20(1).pdf)
- Cahaya, E., & Harti. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya. *Universitas Negeri Surabaya*, 1(1), 1–15.
- Chae, H., Kim, S., Lee, J., & Park, K. (2020). Impact of product characteristics of limited edition shoes on perceived value, brand trust, and purchase intention;

- focused on the scarcity message frequency. *Journal of Business Research*, 120(November 2018), 398–406.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.040>
- DAM, T. C. (2020). Influence of Brand Trust, Perceived Value on Brand Preference and Purchase Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 939–947. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol17.no10.939>
- Darsono, & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT Mulia Makmur Lestari. *Emba*, 8(3), 44–53.
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen. *Edisi Ke 5. Jilid 2. Jakarta: Airlangga, December*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Handayani, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Samakoi Farm, Purbalingga. *Economics, Social, and Humanities Journal (Esochum)*, 1(2), 95–110.
- Indra, C. (2018). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Dan Perceived Service Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Program Kpr Bersubsidi Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.1-9>
- Ismanto, J. (2020). Manajemen Pemasaran. In *UNPAM PRESS: Tangerang* (Issue 1).
- Iswanto, R. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Photo Cabin. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 8(4), 116. <https://doi.org/10.25124/demandia.v1i02.276>
- Junia, Y. I. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Pocari Sweat di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4), 360.  
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i4.12792>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*, 4th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.

- Kurniawan, A., & Dwijayanti, R. (2021). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MEREK POLYGON*. 9(3), 1512–1522.
- Lee, J., & Lee, Y. (2018). Effects of multi-brand company's CSR activities on purchase intention through a mediating role of corporate image and brand image. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 22(3), 387–403. <https://doi.org/10.1108/JFMM-08-2017-0087>
- Mal, C. I., Davies, G., & Diers-Lawson, A. (2018). Through the looking glass: The factors that influence consumer trust and distrust in brands. *Psychology and Marketing*, 35(12), 936–947. <https://doi.org/10.1002/mar.21146>
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 777–787. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/viewFile/10473/10059>
- Musay, F. P. (2013). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen KFC Kawi Malang). *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*, 2,3.
- Nainggolan, R. (2020). Pengaruh Product dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Kukki Deli Dengan Pemasaran Online Sebagai Variabel Mediasi. *Management and Sustainable Development Journal*, 2(2), 87–98. <https://doi.org/10.46229/msdj.v2i2.189>
- Nugroho, P. A. (2016). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Asus*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOREJO.
- Nyoman, N. (2019). *FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FUTURE CULTURE DI SINGARAJA*. 5(2), 76–81.
- Oktavenia, K. A. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi.
- Pratiwi, D., & Rachmi, A. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Marcks (Studi Pada Mahasiswa Prodi D4 Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis*, 6(1), 121–125.

- Putranto, A., T. (2018). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Adidas. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 1(2).
- Raharjo, J. P. (2019). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI ARDAN HOTEL BANDUNG*. SEKOLAH TINGGI PARIWISATA NHI.
- ROSYTA ARUM PAMBUDI. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*.
- Sakinah, N. L., & Suhardi, D. (2018). Citra Merek, Kepercayaan Merek Dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Aqua. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1). <https://doi.org/10.25134/ijsm.v1i1.839>
- Saragih, MM., B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 64–72. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Sari, Y. P. (2019). PENGARUH BRAND TRUST DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB ELZATTA DI KOTA BENGKULU [FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM]. In <http://repository.iainbengkulu.ac.id>.  
[http://repository.iainbengkulu.ac.id/3796/1/YESI\\_PURNAMA\\_SARI.pdf](http://repository.iainbengkulu.ac.id/3796/1/YESI_PURNAMA_SARI.pdf)
- Semarang, M., Hartono, S., & Yani, B. A. (2019). Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Index Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 533–540.  
<https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.481>
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. RADITA AUTOPRIMA). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurva*, 1(1), 92–102.
- Soim, F. M., Suharyono, & Abdillah, Y. (2016). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pembeli Kartu Perdana simPATI di Booth Telkomsel Matos). *Jurnal Administrasi Bisnis*

(*JAB*), 35(1), 146–153.

Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 135–144.  
<https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf>

Syafitri, R. (2019). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BRUNBRUN PARIS PLAZA MEDAN FAIR* (Vol. 165, Issue 2229). UNIVERSITAS MEDAN AREA.

Tanaka, S. (2021). Economic Impacts of SARS/MERS/COVID-19 in Asian Countries. *Asian Economic Policy Review*, 1–21.  
<https://doi.org/10.1111/aepr.12363>

Yunita Ardiyanti, RAEP. Apriliani, Bahtiar Efendi, E. C. N. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli Kopi Bowongso di Kabupaten Wonosobo). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(1), 64–74.