

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Baser, G., Setiawan, H., Martinoes, M. R., Wulandari, H., Zulfadi, Daherman, Y., Hermansyah, R. A., Pertiwi, S., Habibah, N. R., Irfan, D., Pithaloka, D., Ichsan, M., Nofriando, M. R., & Santoso, D. Y. 2023. *KOMUNIKASI DIGITAL (Dalam Bingkai Riset)*. Amerta Media.
- Chalil, R. D. 2021. *BRAND, ISLAMIC BRANDING, & RE-BRANDING*.
- Edward, E., & Ruslim, T. S. 2021. Pengaruh Perceived Quality, Brand Image, Brand Trust Terhadap Purchase Intention Produk Milo. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 669. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13151>
- Eleison, T. N., & Lestari, B. 2023. Pengaruh Brand Trust Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Hoodieku Dengan Selebgram Awkarin. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9.
- Firmansyah, A. 2023. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*.
- Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. (Edisi 7). Universitas Diponegoro.
- Gujarati. 2005. *PSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Media Pustaka Utama.
- Hafidz, G. P., & -Rahma, S. 2023. Analisis Hubungan antara Brand Image, Brand Trust dan Perceived Quality terhadap Niat Beli Konsumen pada Merek Pakaian Impor. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3405–3418. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.1806>
- Hardiyanti, R., & Nefianto, T. 2023. Pengaruh Minat, Harga, Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Socia Logica*, 2(2), 1–16.
- Hayani, N. S., Inda, T., Rahma, F., & Nasution, J. 2024. Pengaruh Brand Trust Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Asuransi Jiwa Pada Ajb Bumiputera 1912 Medan. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Syariah*, 5(3), 1175–1187.
- Ila Nurlita, A., & Anggarani W.P.T, A. 2022. Pengaruh Brand Trust Dalam Memediasi Hubungan Antara Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Laptop Asus. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 693–708. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i4.372>
- Indarto, A. F., & Farida, S. N. 2022. Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258–1266. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.919>
- Kalalo, S. N. A., Moniharapon, S., & Arie, F. V. 2022. Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Di Camp James Remboken The Influence Of Tourism Products, Price Perceptions And Electronic Word Of Mouth On Visiting Decision In Camp James Remboken. In *382 Jurnal Emba* (Vol. 10). <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43800>
- Kelvin, K., & Firdausy, C. M. 2022. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Price Perception terhadap Purchase Intention Pelanggan Uniqlo di Jakarta. *Jurnal Manajerial*

- Dan Kewirausahaan*, 4(1), 142. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17179>
- Kolter, P., & Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Prinsip - Prinsip Manajemen* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P., & Gary, A. 2016. *Principle of Marketing* (Edisi 15). Pearson Education.
- Kotler, P., & Kelvin, L. K. 2012. *Marketing Management* (Edisi 14). Global Edition.
- Kurniawan, P., Anwar, Y., & Jufri, A. 2023. *MANAJEMEN PEMASARAN*.
- Laraswati, C., & Harti, H. 2022. Jurnal Ekobis : Ekonomi , Bisnis & Manajemen Vol 12 Nomor 2 Pengaruh Persepsi Kualitas , Citra Merek Dan Jurnal Ekobis : Ekonomi , Bisnis & Manajemen. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 12, 3–6. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis/article/view/564>
- Maulidah, F., & Russanti, I. 2021. Faktor–faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas. *E-Journal*, 10(3), 62–68. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/820>
- Molsehi, H., & Haeri, F. A. 2016. Effect of promotion on perceived quality and repurchase intention. *International Journal of Scientific Management & Development*, 4(12), 475–461.
- Muliati, S. S., & Qadri, R. A. 2023. The Influence of Social Media Influencers, Product Packaging and Consumer Knowledge On Purchase Intention of Batam City Souvenirs With Perveiced Value as An Intervening Variable Pengaruh Social Media Influencer, Product Packaging dan Consumer Knowledge Terhadap Purchase Intention Oleh Kota Batam Dengan Perveiced Value Sebagai Variable Intervening. In *bb Mowen, & Minor. 2002 Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Nst, V. F. H. 2023. Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Jurnal Ilmiah METADATA*, 5(2), 350–372. <https://doi.org/10.47652/metadata.v5i2.389>
- Nurhasanah, E., & Karyaningsih. 2021. Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality terhadap Minat Beli Pada Website Sophie Paris. *YUME : Journal of Management*, 4(1), 177–186. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.343>
- Nursaimatussaddiya, & Cen, C. C. 2022. *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek Dan Promosi*. [https://www.google.co.id/books/edition/Keputusan\\_Pemilihan\\_Jasa\\_Berbasis\\_Citra/pqyTEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Keputusan_Pemilihan_Jasa_Berbasis_Citra/pqyTEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Pramono, C. J., Kunto, Y. S., & Aprilia, A. 2023. Peran Mediasi Brand Image Dan Brand Experience Pada Pengaruh Perceived Quality Terhadap Post-Purchase Intention Mixue Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 112–120.
- Putri, D. E., Sudirman, A., & Suganda, A. D. 2021. *BRANDING MARKETING*.
- Rahmadani, S., Rosmanely, & Nurliyah. 2022. *Citra Merek (Brand Image) Dan Keputusan Pasien Memilih Layanan Kesehatan*. CV Feniks Muda Sejahtera.
- Rahmawati, E., & Nurhadi. 2024. Pengaruh Brand Trust, Electronic Word of Mouth, dan Variety Seeking Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Lazada di Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3743>
- Sa'adah, L., & Nur'ainui, T. 2020. *Implementasi Pengukuran Current Ratio, Debt To Equity*

- Ratio Dan Return On Equity Serta Pengaruhnya Terhadap Return*. Univeritas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Santoso, T. A., & Mardian, I. 2020. Analisis Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocado Mantul. *Ekonomi & Bisnis*, 19(1), 79–88. <https://doi.org/10.32722/eb.v19i1.2789>
- Sitaman Said, M. 2023. Peranan Pemasaran Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada Usaha Tahu Di Kelurahanpenatoi Kota Bima. *Jurnal PenKoMi :Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(1), 14–26.
- Stella, S. 2021. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Minat Beli di Sociolla di Jakarta. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 5, Issue 6, p. 611). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i6.15085>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian PendekatanKuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Aalfabeta.
- Suprpto, R. E. H., & Setyawardani, R. D. 2022. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat Beli Prouk Skin Care Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Wanita di Kota Surabaya). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(2), 684–698.
- Tangka, G., Tawas, H., Dotulong, L., Christine Tangka, G., Tawas, H. N., Dotulong, L. O., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. 2022. Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomu UNSRAT Angkatan 2018. *Jurnal Emba*, 10(1), 383–392.
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. 2023. Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1352>
- Vicnovie Oisina Situmeang, I. 2024. Pengaruh Citra Merek Dan Daya Tarik Iklan Di Instagram Terhadap Minat Beli Produk Ibox Indonesia. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 8(1), 75–84. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v8i1>
- Wardani, E. K., Purwanto, S., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. 2023. The Impact Of Store Atmosphere And Perceived Quality On Repurchase Intention Janji Jiwa Coffee Shop Customer In Surabaya City Pengaruh Store Atmosphere Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Pelanggan Kedai Kopi Janji Jiwa Di Kota Surabaya. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Wardani, E. S., & Santosa, A. 2020. Pengaruh Hallyu, Ambassador Merek, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Atas Produk Republik Natur Di Yogyakarta. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 203–211. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.289>
- Wijaya, R. H., & Indriyanti, I. S. 2022. Faktor Yang Mempengaruhi Purchase Intention Pelanggan Super Indo Di Kota Bekasi. *E-Jurnal Manajemen Trisakti School of Management (TSM)*, 2(1), 87–98. <https://jurnaltsm.id/index.php/EJMTSM/article/view/1292>