

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). *Pengaruh citra merek , kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok*. *Influence of brand image , service quality and consumer confidence on indihome purchasing decisions at telkom telecommunications*. 12(1), 32–39.
- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*.
- Adrian, J.A., & zeplin, J. H. T. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Ter. *AGORA Jurnal Bisnis*, 5, no: 3, 3–4.
- Akter, S., D'Ambra, J., & Ray, P. (2011). An evaluation of PLS based complex models: The roles of power analysis, predictive relevance and GoF index. *17th Americas Conference on Information Systems 2011, AMCIS 2011*, 2, 1313–1319.
- Arifiyanto, M., & Kholidah, N. (2020). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Presepsi Manfaat dan Promosi terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)*, 7, 697–706.
- Bastian, D. alexander. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2, 1–9.
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(1), 67. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i1.13414>
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2020). Studi Empiris tentang Kontribusi Harga, Varian Produk, dan Kemasan terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mandi Batang (Studi Kasus terhadap Pekerja Rantu di Surabaya). *Bisman*, 3, 99–116.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian DI J.CO Manado. *Jurnal EMBA*, 3, 367–377.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Square: Regression and Structural Equation Models*. Statistical Associates Publisher.

- Ghozali, I. (2021). *PARTIAL LEAST SQUARES KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasnowo, Ramadan, G., & Basri, A. I. (2022). Pengaruh Keahlian, Kepercayaan, Daya Tarik, Keakraban, Kesukaan, dan Kesamaan Influencer Tiktok terhadap Keterikatan Merek. *AKMENIKA JURNAL AKUTANSI & MANAJEMEN*, 19, 670–677.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 3(1), 8–16. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nurkariani, N. L. (2019). Analisis Perbandingan Ritel Modern dan Ritel Tradisional di Kecamatan Buleleng dengan Konsep Marketing Mix 4P Product, Price, Place, Phsicevidence. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 12, 220–237.
- Santoso, D. H. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening*.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). *Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting*. 3, 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v>
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*. PT. PUSTAKA BARU.
- Susilawati, W., & Wufron. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Trust Serta Implikasinya Terhadap Brand Loyalty (Produk Dodol PT. Herlinah Cipta Pratama). *Jurnal Wacana Ekonomi*, 17, 1–11.
- Susilo, I., & Samuel, H. (2015). *Analisa Pengaruh Emotional Marketing terhadap Purchase Intention melalui Brand Awareness pada Produk*. 9(1), 23–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.23-34>
- Wibowo, K. A., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Jingle Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 713–725. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29758>
- Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery BatuBulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146.