

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. . (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis ...*, 10(1), 25–31. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/28826%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/download/28826/28141>
- Allya Ramadhina, & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.21>
- 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, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Ariana, R. (2019). Pengaruh kepercayaan, persepsi nilai dan harga terhadap minat beli konsumen pada E-Commerce lazada.co.id, 1–23.
- Ariani, D. W. (2015). *Manajemen Kualitas: sisi kualitatif*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Arief, M., Suyadi, I., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survei pada Warga Kelurahan Penanggung Konsumen Produk Aqua di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 44(1)*, 144–153.
- Bastian, D. A. (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), 1–9.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*.
- Eka, P. D. (2019). The Influence of Product Innovation and Product Quality on Consumer Purchase Interest in PT. Alfasindo Metal in Jakarta. *Jurnal Ad'ministrare*, 6(2), 197. <https://doi.org/10.26858/ja.v6i2.13439>
- Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>

- Fauziah, N., & Mubarak, D. A. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 37–44. <https://doi.org/10.17509/image.v8i1.22686>
- Ferdinand. (2019). Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Mebel Di Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 414–416.
- Fraenkell, J. R., & Wallen, N. E. (2016). *How to Design and Evaluate Research in Education. Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11). Retrieved from http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71–82. <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880>
- Ghozali. (2018). Bab III Metode Penelitian: Gambaran Umum Objek Penelitian, 82–96.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian. Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11). Kota Depok: PT. Raja Grafindo Persada. Retrieved from https://repository.unar.ac.id/jspui/bitstream/123456789/5694/1/Metodologi_Penelitian.pdf
- Husna, A., & Aryani, L. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Persepsi Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Korean Food. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(1), 177–191.
- Jasmine, K. (2014). Pengaruh Kepercayaan Merek, Celebrity Endorsement, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pantene (Shampo) Di Kota Gersih\k. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 11–23.
- Kalsum, E. U., & Liniarti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Mesin Cuci Merek Polytron Di Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 370–378. Retrieved from <https://journal-stiayappimakassar.ac.id/index.php/srj/article/view/194>
- Keller Lane, K., & Swaminathan, V. (2018). *Strategic Brand Management*.

- Strategic Brand Management*. <https://doi.org/10.1093/hebz/9780198797807.001.0001>
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2014). Manajemen Pemasaran. *Edisi Ke 13, Jilid 1, 1(2)*, 11–40.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). Marketing Management. *Edisi Ke 15, Pearson Education*.
- 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>
- Larasati, D. R., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 35–48. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i1.1381>
- Mardalena, N. T., Lubis, A. R., & Utami, S. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek Dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Produk Luxuri Fashion Brand Dengan Gender Sebagai Moderating Pada Pemasaran Media Sosial Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsyiah*, 2(1), 1–99.
- Masato, Eldrin, S. (2021). The Effect of a Celebrity Endorser on Purchase Interest through Brand Image. *KnE Social Sciences*, 2021, 188–199. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i8.9358>
- Nababan, A., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 195–204. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3770>
- Nathani, D., & Budiono, H. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Popularitas, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kamera Sony. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 953. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13437>
- Noor, M. F., & Nurlinda, R. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone. *Forum Ilmiah*, 18(2), 150–161.
- Nurfadila, N., Sutomo, M., & Asriadi, A. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 1(3), 319–332. <https://doi.org/10.22487/jimut.v1i3.33>
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis.
- Pradipta Utama, A., & Ningrum Ambarwati, A. (2022). The Effect of Brand

- Awareness, Brand Image and Trust On Consumer Buying Interest. *Devotion : Journal of Research and Community Service*, 3(13), 2310–2330. <https://doi.org/10.36418/dev.v3i13.278>
- Pramesti, E. A., & Wardhana, A. (2022). Seiko : Journal of Management & Business Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap. *Journal of Management & Business*, 4(3), 615–627. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.556>
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., ... Rasinus. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. Media Sains Indonesia*.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Putu Silvia Marcelina, Yosephine Jessica Teyseran, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Konsumen Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 252–262. <https://doi.org/10.55606/jimek.v3i2.1805>
- Racmad, Y. E. (2022). *Manajemen Pemasaran. Eureka Media Aksara*. Retrieved from <https://repository.penerbiteureka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>
- Rafsanjani Rafli, Arifin Rois, U. P. S. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Apple (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang), 13(01), 1916–1924.
- Sahabuddin, R., Arif Maulana, H., Manai, S., Suryani, D., & Sabirin, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Wizzmie Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(2), 230–237. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.2775>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. (T. Koryati, Ed.). Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia. Retrieved from [https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16455/1/E-Book Metodologi Penelitian Syafrida.pdf](https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafri%20Ida.pdf)
- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 02, 201–212.
- Simangunsong, R., & Morina. (2021). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 131–149. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.413>

- Sitorus, S. A., & Al., E. (2020). *Brand Marketing: the Art of Branding*. Cv. Media Sains Indonesia.
- Sofa, A. Y., & Parmariza, Y. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Country of Origin, dan Desain Produk pada Minat Beli Mobil. *Kajian Branding Indonesia*, 5(1), 51. <https://doi.org/10.21632/kbi.5.1.51-66>
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar : Manajemen pemasaran*. CV. PUSTAKA ABADI. Retrieved from [https://repository.utssurabaya.ac.id/68/1/Manajemen Pemasaran %28Gabung Cover%29.pdf](https://repository.utssurabaya.ac.id/68/1/Manajemen%20Pemasaran%20Gabung%20Cover%29.pdf)
- Sudaryana, A., Susilowati, F., & Hanung Fidriana, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Celebrity Endorser dan Getok Tular terhadap Minat Beli Produk Skincare Merek Ms Glow di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis & Manajemen) : The Journal of Business and Managment*, 6(2), 12. Retrieved from <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/bisman/article/view/2579/1194>
- Sugiyono, D. (2018). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Suhardi, D., Gunawan, W. H., & Watulandi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Diferensiasi Produk , Perilaku Konsumen , dan Inovasi Pemasaran terhadap Kinerja Bisnis Pada Industri Rotan di Kabupaten Cirebon, 21(2), 226–231.
- Suhartini, E. a. (2023). Manajemen Pemasaran Perusahaan Jasa, 58–74.
- Surahman, Mochamad Rachmat, S. S. (2016). *Metodologi Penelitian*. Nursuci Leo Saputri.
- Susanto, Y., & Realize. (2022a). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia, 5(7), 127–146. <https://doi.org/10.21608/ssj.2022.327870>
- Susanto, Y., & Realize, R. (2022b). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tiara Kasih, A., Saraswati Dewi, N. A., Budiyati, K., Damayanti, A. P., & Fatkhiatul Khasanah, V. (2023). *Pengaruh Kemasan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mixue (Studi Pada Mahasiswa STIE Widya Wiwaha Yogyakarta)*. Seminar Nasional STIE Widya Wiwaha.
- Tristiani, A. (2024). The Impact Of Brand Endorser, Product Quality And Perceived Value On Purchase Intention On Local Brand Emina, 13(04), 842–854. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i04>
- Ulhaq, V. D., Suhardi, D., & Gunawan, W. hadi. (2024). Pengaruh Digital

Marketing , Electronic Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Facial Wash Wardah. *Indonesian Journal Of Strategic Management*, 7(2), 100–111.

Ummah, N. K., Supriyaningsih, O., & Kurniati, E. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Baju Thrifthing Dimediasi Kepercayaan dan Sikap Konsumen dalam Perspektif Bisnis Islam, 2(3), 208–227.

Wajdi, F., Seplyana, D., Juliastuti, Rumahlewang, E., Fatchiatuzahro, Halisa, N. N., ... Kusumaningrum, R. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif. Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7).

Yosefine, C., & Budiono, H. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Innisfree pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 277–286. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23395>