

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Wardhana. (2024). *Brand Management In The Digital Era – Edisi Indonesia*. (P. . Mahir Pradana, Ed.) (Indonesia). eureka media aksara, agustus 2024 anggota ikapi jawa tengah no. 225/jte/2021. Diambil dari https://www.researchgate.net/publication/383870180_brand_trust
- Admin. (2023). Brand Trust (Pengertian, Indikator, Dimensi dan Faktor yang Mempengaruhi). Diambil 26 Desember 2024, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/08/brand-trust-kepercayaan-merek.html>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38-51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ambar Lukitaningsih , Agus Dwi Cahya, I. M. (2024). The Influence Of Product Quality, And Brand Images On Purchasing Decisions Through The Role Of Purchase Intention As An Intervening Variable As An Intervening Variable (Case Study On Purchasing An Iphone Brand Smartphone In Yogyakarta) Ambar. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 07(07), 1853–1864. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i7-50>
- Amrullah, Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13(2), 99–118. Diambil dari <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/826>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Anjani, A. (2017). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Lipstik Revlon*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Azizah, N., Dahliani, Y., & Qomaruzzaman Ratu Edi, B. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Scoopy Di Kecamatan Mayang Jember. *JMBI : Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 4(1), 93–107. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v4i1.912>

- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Kualitas 2. *Jurnal Ilmu Sosial (JISOS)*, 1(2), 85-104. Diambil dari <http://bajangjournal.com/index.php/JISOS>
- Benhardy Aprilia Kartika, Hardiyansyah, Putranto Agus, R. M. (2020). Brand Image and price perception on purchase intentions: mediating brand trust. *Management Science Letters*, 3425–3432. Diambil dari https://www.researchgate.net/publication/342160607_Brand_image_and_price_perceptions_impact_on_purchase_intentions_mediating_brand_trust/fulltext/5ee61492458515814a5e7441/Brand-image-and-price
- Berwirausaha, I., Fakultas, M., & Unars, E. (2018). Triska Dewi Pramitasari, 2(October 2017), 1687–1702.
- Burman, F. A. (2019). The Effect of Website Quality and Brand Image on Consumer Purchase Decisions with Trust as an Intervening Variable (Case Study at Bukalapak.com). *European Journal of Business and Management*, 76–82. <https://doi.org/10.7176/ejbm/11-28-09>
- Caterine, & Tuti, M. (2023). Pengaruh Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vitacimin Melalui Brand Trust. *Jurnal Manajemen Bisnis*, (2), 52-63. Diambil dari <https://doi.org/10.55886/esensijmb.v26i2.700>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja*, 1(1), 15-30. Diambil dari <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Delgado, E. (2004). Applicability of Brand Trust Scale Across Product Categories - A Multigroup Invariance Analysis. *European Journal of Marketing*, 38(5/6).
- Djarwanto. (1994). *Pokok-Pokok Metode Riset dan Bimbingan Teknis Penulisan Skripsi*. Yogyakarta: Liberty.
- Dr. Dikdik Harjadi, S.E, M.Si, & Dr.Lili Karmela Fitriani, S.E., M. Si. (2024). *Marketing (Teori dan Konsep)*. PT Arr rad Pratama.
- Erna, F. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), 3736-3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hapsoro, B. B., & Hafidh, W. A. (2018). The Influence of Product Quality, Brand Image on Purchasing Decisions through Brand Trust as Mediating Variable. *Management Analysis Journal*, 7(4), 631-633. Diambil dari <http://www.jardcs.org/abstract.php?id=1981>

- Hardiyanti, R., & Nefianto, T. (2023). Ikatan Sosiologi Indonesia Malang Raya Dan Sekitarnya Pengaruh Minat, Harga, Promosi, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *JSI Jurnal Socia Logica*, 2(2), 2023.
- Herlambang, R. T., & MM, D. S. H. (2020). Analysis Price, Perception of Quality, and Promotion with Intervening Brand Trust Toward Purchase Intention Honda Vario 150CC (Case Study at PT Wahana Makmur Sejati). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(8), 1276–1284. <https://doi.org/10.38124/ijisrt20aug678>
- Hudatama, B. I., & Ngatno, N. (2023). Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Baru Indihome di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 1-10. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.36310>
- Humam, L., Arifin, R., & ABS, M. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Association, Brand Image, Brand Trust, Price Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merk Vans (Studi kasus pada pembelian Sepatu Sneakers merek Vans Di Infusionstore Malang). *Riset Manajemen*, 10(13), 132.
- Ismiyanto. (2003). *Metode Penelitian*. Semarang: Fbs Unnes Jamaluddin.
- Lau, G.T., dan Lee, S. . (2007). *Consumers Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty*. *Journal of Market Focused Management*.
- Lestari, T., & Suharyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Lain Hati di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA)*, 9(2), 10–24.
- Lukieto Cahyadi, & Khoirotun Nisa Br. Purba. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pada Kosmetik Ms Glow Di Kota Tebing Tinggi. *Management And Business Progress*, 1(1), 36–44. <https://doi.org/10.70021/mbp.v1i1.21>
- Mahsyar, J. H. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Yamaha Vixion. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1), 599-607. Diambil dari <https://journal.uniku.ac.id/index.php/jeam>
- Marcheliano, Y. D., & Wijaksana, T. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Trust Sepatu Sandal Crocs Original (Studi Pada Pengguna Sepatu Sandal Crocs Original di Wilayah Bandung) The Effect of Product Quality on Brand Trust Original Crocs Sandal Shoes (Study on Users of Original Crocs. *e-Proceeding of Management*, 6(1), 1205–1212.
- Nandha Puspita, Rani Rani, & Purwatiningsih Purwatiningsih. (2023). Pengaruh

- Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo di Jakarta. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 267–279. <https://doi.org/10.61132/rimba.v1i3.176>
- Nofri, O., Islam, U., & Alauddin, N. (2024). Pengaruh Brand Knowledge Dan Kualitas Produk Terhadap Brand Trust Produk Miniso Dengan Garansi, 5(3), 99–109.
- Novriansyah, Y., Muhammad Asman, & Isman Isman. (2022). Kepercayaan Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki Klx Di Kabupaten Merangin. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 210–218. <https://doi.org/10.55606/jaem.v2i2.255>
- Nugroho, N. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Smartphone Samsung Galaxy a10S. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 223–249. Diambil dari <https://jurnalekonomi.unsla.ac.id>
- Nur Rahmawati, & Irmayanti Hasan. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Azarine yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 207–220. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12922](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12922)
- Nurchahyo, A., & Khasanah, U. (2016). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ABC.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen pemasaran*. (Sukarno, Ed.). Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo.
- Pradana, U. N. K. (2022). Pengaruh kualitas produk, brand ambassador, harga terhadap keputusan pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 1–11. Diambil dari <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Prayitno, B. B., & Widyawati, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha R15 Nurul. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(2), 1–21.
- Pristiawan, H. E., Mariah, M., & Bahasoan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Granat Malang Indah. *Nobel Management Review*, 3(1), 52–63. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i1.2865>
- Puspitasari, K. A., & Titik Desi Harsoyo. (2023). Pengaruh Label Halal, Electronic Word of Mouth Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Manajemen Dewantara*, 7(3), 126–140.

<https://doi.org/10.30738/md.v7i3.15590>

- Putri Indah sari, J. (2022). Populasi Sepeda Motor di Indonesia Tembus 126 Juta Unit. Diambil 11 Januari 2025, dari https://otomotif.kompas.com/read/2022/11/30/114200715/populasi-sepeda-motor-di-indonesia-tembus-126-juta-unit#google_vignette
- Ramadhan, R. F., Alfitman, & Besra, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan E-WOM pada Keputusan Pembelian Konsumen pasca Pandemi Covid-19 dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 879–884. <https://doi.org/10.37034/infv5i3.597>
- Ramadhan, R., & Nasir, M. (2023). Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing dan Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tik-Tokshop Di Soloraya, 1(1), 29–40. Diambil dari <https://journal.alshobar.or.id/index.php/bridging>
- Rendy, H., Putro, A. J. W., & Gunawan, E. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Yang Di Mediasi Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : Jumma*, 12(2), 125–142. <https://doi.org/10.33508/jumma.v12i2.4841>
- Riyono, G. E. B. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian produk aqua di kota pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 92–121.
- Sadikin, A., Misra, I., Hudin, M. S. (2020). *Pengantar manajemen dan bisnis*. Yogyakarta: K-Media.
- Saputri, A. D., & Guritno, A. (2021). The Effect of Product Quality, Brand Image, and Halal Labeling on Purchase Decisions with Purchase Intentions as Intervening Variables. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1, 359-374. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.36>
- Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 223-231. <https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss3.pp223-231>
- Setyawati, R., Suhartono, S., & Asmoro, P. N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Real Property Melalui Digital Marketing Sebagai Variabel Intervening Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(1), 68–84. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.402>
- Silaen, S. (2018). *Metode Penelitian Sosial untuk Penilisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: Penerbit In Media.

- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179–194. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230>
- Suharsimi, A. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukandar, A. E., Atmaja, H. E., & Yudhanto, W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABIS)*, 22(2), 180. <https://doi.org/10.31315/jurnaladmbisnis.v22i2.12828>
- Sumarwan. (2019). *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. Bogor: Penerbit IPB Press.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Teguh Afwan, M., & Budi Santosa, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 1–10. Diambil dari <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Wahyu, D., Utami, T., Darmawan, K., & Robustin, T. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Setia Kawan Stationery Di Kabupaten Lumajang, 2(2), 128–134.
- Widayanto, M. T., Haris, A., & Syarifah, L. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 29–40. <https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.5821>
- Wijiantoro Bakti, D. H. (2024). Prosiding Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan IV (SENASTITAN IV) Surabaya, 2 Maret 2024, (Senastitan Iv), 1–7.
- Yunita Ardiyanti, RAEP. Apriliani, B. E. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli Kopi Bowongso di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(April), 100–108.
- Abdullah, Thamrin, Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Amstrong, P. K. & G. (2018). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, P. K. and G. (2016). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. (Erlangga, Ed.) (13 jilid 1). Jakarta.
- Amstrong, P. K. dan. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi II). Jakarta: PT. Indexs

Lembang.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Universitas Diponegoro.

Fandy, T. (2020). *Strategi pemasaran : prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: Andi.

Fandy Tjiptono, & C. (2017). *Pemasaran strategik* (3rd ed). Yogyakarta: Andi.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.

Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Kotler, P. & G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Erlangga, Ed.) (Edisi 12.). Jakarta.

Philip Kotler & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management* (Sixth edit). England: Pearson.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2017). *Consumer Behavior* (12 th Edit). Pearson.

Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, fandi., Anastasia, D. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, fandi., Anastasia, D. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.