

## DAFTAR PUSTAKA

- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, *161*, 851–858. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>
- Al., F. et. (2022). Buah Dan Sayur Di E-Commerce Sayurbox Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19 the Effect of Product Quality and Price on Buying Interest of Fruit and Vegetables At Sayurbox Surabaya During the Covid-19 Pandemic Kanisius Karo \*, Teguh Soedarto , Sri Widayanti. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, *9*, 739–747.
- Al Farisi, S., Saroh, S., & Hardati, R. N. (2020). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada E - Commerce Lazada. *Jiagabi*, *9*(2), 377–385. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/download/8611/7164>
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwajaya*, *14*, 2.
- Arbiyanto, M. R. (2021). Pengertian Variabel Penelitian menurut Sugiyono. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, *7*(2).
- Arista, a E. D., & Astuti, S. R. T. (2011). dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Arista , Astuti*, *13*(1), 37–45.
- Aust, F. A. (1911). The electrical discharge between a pointed conductor and a hemispherical surface in gases at different pressures. *Physical Review (Series I)*, *32*(2), 254–255. <https://doi.org/10.1103/PhysRevSeriesI.32.254>
- Dara, N., & Purnaningsih, N. (2018). *Penetapan Harga Pakaian Batik terhadap Minat Beli Pelanggan Pasar Tanah Abang Hj . Nursimah Dara , Nining Purnaningsih Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Tangerang*. 22–34.
- Daya, P., Iklan, T., Potongan, D. A. N., Terhadap, H., & Beli, M. (2017). *Issn 2303-1174*. *5*(2), 1781–1792.
- Desak Putu Harum Sari, N. W. E. M., & Imbayani, I. G. A. (n.d.). *Jurnal EMAS*. 2.
- Dzaki, A. L., & Zuliestiana, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Situs E-Commerce Jd.Id. *E-Proceeding of Management*, *9*(2), 125–139.
- Eriza, Z. N. (2017). Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko pada Hubungan antara Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Minat Beli (Studi pada Konsumen Kosmetik E-Commerce di Solo Raya). *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, *9*(1), 14–24. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v9i1.3501>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi

- Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Ferdinan. (2022). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur ( JME ) FEB UNARS MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING ( Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Jember ) Sylvania Putri Halim Universitas Muhammadiyah Jember Muhammad Naely Azhad Universitas Muhammadiyah Jem.* 1(3), 2102–2108.
- Fransiscus, B., & Elfi, N. (2022). *Pengaruh Brand Image , Promosi Penjualan Dan Duta Merek Terhadap Minat beli Konsumen E-Commerce Blibli Pada Masyarakat Kota Batam.* 536–541.
- Han, W. P., Erviriani, E., Siregar, A. R. A., Ivone, I., & Lisa, L. (2019). Analisis Kepuasan Kerja dan Lingkungan Kerja Karyawan di Sekolah EN Mandarin – Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 4(2).
- Hansopaheluwakan, S., Oey, E., & Setiawan, Y. (2020). the Impact of Brand Equity and Brand Trust Towards Purchase Intention Through Brand Preference. *Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 18(1), 505–517.
- Harthawan, I. G. N. P., Septiasari, M. I., & Oktaviani, N. K. R. (2023). PENGARUH SET KEPUTUSAN INVESTASI, TATA KELOLA PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2021. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 15(1). <https://doi.org/10.22225/kr.15.1.2023.179-186>
- Hasugian, J. T. M. (2015). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 923–937.
- Khrisnanda, H. R. R., & Dirgantara, I. M. B. (2021). The effect of brand awareness, brand image, and brand credibility on Oppo mobile phone brand product purchase intention. *Diponegoro Journal of Management*, 10(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Mahardika, N. A., Ruscitasari, Z., & Mutia, G. R. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi yang mempengaruhi Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 40–57.
- Maknunah, L., & Rachmat, B. (2020). The Effect of Brand Image, Brand Trust, Economic Benefits, and Brand Attitude Toward Purchase Intention on Iphone in East Java. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(2), 308. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v7i2.1484>
- Mulyono. (2019). *Mulyono. (2019). Analisis Uji Asumsi Klasik – Manajemen... - Google Scholar. Binus University.* <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>

- Muzhiroh. (2020). populasi dan sampel menurut sugiyono. *Jurnal Ecodemica*, 25–30, 35. <http://repository.stei.ac.id/1537/>
- 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>
- Nazarani, M. R., & Suparna, G. (2021). The Effect Of Luxury Brand, Brand Image, and Product Quality On Purchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5, 290–295. [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Nurhaida, & Realize. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak Di Kota Batam. *ECO-Buss*, 5(3), 907–920. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.651>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Prihartini, E., Mahiri, E. A., Hakim, A., Kurnadi, E., Endorse, C., & Konsumen, M. B. (n.d.). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK TOKO ELZATTA MAJALENGKA*. 775–783.
- Rafiq, M. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen pada Merke terhadap Loyalitas. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Darmajaya*, 6(2), 39–62. <https://www.neliti.com/id/publications/218969/pengaruh-kepercayaan-konsumen-pada-merek-terhadap-loyalitas#cite>
- Rahayu, S., Utomo, B., & Kustiningsih, N. (2022). the Impact of Electronic Word of Mouth (Ewom), Ease of Use, Trust and Brand Images To Purchase Intention on Tokopedia: Evidence From Indonesia. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 9(5), 77–89. <https://doi.org/10.29121/ijetmr.v9.i5.2022.1163>
- Rawi, M. A. T., Wibowo, G., & Dwisaputra, M. R. A. (2020). The Influence Of Social Media, Brand Image And Celebrity Endorser To Purchase Intention On Tokopedia. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(7), 1–9. [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Rismadian, I. A., & Nurhadi, F. (first name unknown). (2021). Peran Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Pelanggan KFC. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 11(2), 92–103. <https://doi.org/10.24929/feb.v11i2.1297>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318.

- <https://doi.org/10.23887/jjpe.v1i1i1.20164>
- Rozi, A. F., & Nasikan, -. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan ,Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Produk Batik Tulis Mutiara Sendang Lamongan. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 126–140. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i2.9050>
- Saepuloh, I., & Permata, W. I. (2023). Peranan Kualitas Layanan dan Harga Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT. Balina Agung Perkasa. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3221–3231. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i2.3818>
- Safitri, I., & Mauludi, A. (2022). 1 , 2 1. 2(3), 305–320.
- Sari, M. N., Sari, D. P., & Hardani, P. T. (2023). Uji Kualitatif dan Kuantitatif Hidrokuinon dalam Kosmetik Tanpa Izin Edar pada Marketplace. *Journal of Islamic Pharmacy*, 8(2). <https://doi.org/10.18860/jip.v8i2.24757>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Sonia. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce Tokopedia Di Kota Batam. *Scientiaupb*, 3(2), 58–66. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Sonia, Rafiq, M., Dzaki, A. L., Zuliestiana, D. A., Arista, a E. D., Astuti, S. R. T., Rozi, A. F., Nasikan, -, Sumarsan, Rahayu, S., Utomo, B., Kustiningsih, N., Daya, P., Iklan, T., Potongan, D. A. N., Terhadap, H., Beli, M., Nurhaida, Realize, ... Adidarma, W. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 2(2), 2. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Sudibyo, K. D. P., & Pamikatsih, . Tri Ratna. (2023). *ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK , KEPUASAN MEREK DAN*. 8(1), 43–51.
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Umam,. <https://Medium.Com/>.
- Sumarsan. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Takaya, R. (2019). the Effect of Celebrity Endorsment on Brand Image and Trust Brand and It'S Impact To Purchaseintention Case Study: Oppo Smartphone. *Business and Entrepreneurial Review*, 17(2), 183–196. <https://doi.org/10.25105/ber.v17i2.5228>
- Tene, P. M. G., Morasa, J., & Kapojos, P. M. (2023). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN*

*PEMBELIAN POLIS ASURANSI JIWA PT . ALLIANZ LIFE DI KOTA MANADO THE INFLUENCE OF MARKETING COMMUNICATION AND BRAND TRUST ON THE PURCHASING DECISION OF LIFE INSURANCE POLICY AT PT . ALLIANZ LI. 11(3), 420–430.*

- Terhadap, E., Pembelian, K., & Pertiwi, B. (2023). *Pengaruh Citra Merek , Kelengkapan Produk dan Customer. 9(1), 50–61.*
- Tyaswara, B., Taufik, R. R., Suhadi, M., & Danyati, R. (2017). *PEMAKNAAN TERHADAP FASHION STYLE REMAJA. VIII(September), 293–297.*
- Ulpa, D. Y., Teguh, R., & Pratama, D. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Aplikasi Lazada Berbasis Mobile Dengan Metode Servqual. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi, 2(1), 38–48.* <https://doi.org/10.35957/jtsi.v2i1.847>
- www.kajianpustaka.com. (2020). Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus) - KajianPustaka. In *Www.Kajianpustaka.Com* (Issue 2020). <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>
- Yan, R. G. P. S., Repi, A., & Lumanauw, B. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Pt Tridjaya Mulia Sukses Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(1), 106.* [https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/18831.](https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/18831)