

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, Et. Al. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Agus Renaldi, P., & Nyoman Yulianthini, N. (N.D.). *Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Serta Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Kopi Siap Minum Dalam Kemasan Merek Nescafe Di Singaraja*. 5, 2022.
- Anisa, M. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Keputusan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Jasa Kurir*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Pt. Rajagrafindo Persada.
- Dam, T. C. (2020). Influence Of Brand Trust, Perceived Value On Brand Preference And Purchase Intention. *The Journal Of Asian Finance, Economics And Business (Jafeb)*, 7(10), 939–947.
- Delgado-Ballester, E., & Luis Munuera-Alemán, J. (2005). Does Brand Trust Matter To Brand Equity? *Journal Of Product & Brand Management*, 14(3), 187–196.
- Fauzan, R. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bp Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen (Edisi 5)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek*. Qiara Media.
- Gecti, F., & Zengin, H. (2013). The Relationship Between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty And Behavioral Loyalty: A Field Study Towards Sports Shoe Consumers In Turkey. *International Journal Of Marketing Studies*, 5(2), 111.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 (Edisi 9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, M. (2019). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3), 299962.
- Handayani, L. S., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Ms Glow Beauty. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 135–145.
- Hulu, P., Ruswanti, E., & Unggul, U. E. (N.D.). *Influence Of Product Quality, Promotion, Brand Image, Consumer Trust Towards Purchase Intention (Study Case On Pocari Sweat Isotonic Drink In Indonesia)*.

- Karo, K. ; S. T. ; W. S. ; H. I. F. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Buah Dan Sayur Di E-Commerce Sayurbox Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9, 739–747.
- Khasanah, M., & Akhmad, J. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Bakpia Vista). *Doctoral Dissertation, Stie Widya Wiwaha*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th Edition). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Pt. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen* (15 Th Edition). Person Education, Inc.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Mitra Abisatya.
- Nugrah, N., Latief, F., & Agunawan, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorse Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Minuman Yotta. *Jurnal Malomo: Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 71–80.
- Rafikasari, E. F., & Fauzy, N. E. N. (2020). Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk “Le Minerale.” *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(2), 266–284.
- Ramadani, S. D., Prayoga, Y., & Elvina, E. (2023). The Influence Of Differentiation, Product Quality, Targeting On Interest In Buying Lega Rantauprapat Drinks With Brand Positioning As A Moderating Variable. *Quantitative Economics And Management Studies*, 4(1), 66–74.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Rilya, R. R. (2021). *Analysis Of The Effect Of Brand Image, Product Quality, And Social Media On Consumer Purchase Intentions Of Kokumi's Contemporary Drinks In Manado City*. <https://News.Detik>.
- Rosita, N., & Tahmat, T. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tong Tji Tematik Di Supermarket Borma Dago Dan Borma Cikutra*.
- Santoso, T. A. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocado Mantul. *Jurnal Ekonomi Manajemen Stie Bima*, 1(1), 28–34.

- Saragih, I. A., & Firnandi, A. (2019). Analisis Kreativitas Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Minuman Diva Pada Masyarakat Di Kota Batam. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 1*(2).
- Sari, N. ; W. R. (2014). Hubungan Anata Kesadaran Merek, Kualitas Persepsi, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen Bisnis, 5*.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Winseblit, J. (2014). *Consumer Behaviour*. London: Person.
- Shabrina, Z., Mariam, I., & Rosalina, E. (N.D.). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Bersertifikat Halal Berdasarkan Theory Of Planned Behaviour (Tpb)(Studi Kasus: Customer Diana Care Klinik, Pancoran Mas, Depok)*.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Edisi 3). Alfabeta, Cv.
- Thejaya, I. (N.D.). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Pada Manna Kopi*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (Edisi 3). Penerbit Andi.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata, 5*(1), 32–39.
- Yana, R. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen Produk Busana Muslim Dian Pelangi Di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya, 21*(1), 85795.
- Yuliyzar, I., & Hakim, A. (2020). Kontribusi Brand Image, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Merek Xiaomi. *Dynamic Management Journal, 4*(2), 40–49.