

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. A., Aisyah, S., & Ramadhani, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endors Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 133–143. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v3i2.481>
- Adrian, J.A., & zeplin, J. H. T. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Ter. *AGORA Jurnal Bisnis*, 5, no: 3, 3–4.
- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 328–340.
- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). *BAB 1 Kajian Teori Strategi Pemasaran*. July, 1–23.
- Anik Musayadah, Nersiwad Nersiwad, & Budi Utami. (2023). Pengaruh Brand Trust Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Scoopy Di PT. Tunas Dwipa Matra Mojosari. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 183–192. <https://doi.org/10.61132/rimba.v1i3.107>
- Ardi isnanto, B. (2023). The Influence Of Financial Behavior, Financial Literacy, And Financial Techonology On The Performace Of MSMEs In Mataram City. *Detikproperti*, 09, 119–121.
- Arnoldi, D. (2021). Pemilihan Minyak Pelumas/Oli Kendaraan Bermotor. *Austenit*, 1(02 SE-), 26–30. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/austenit/article/view/94>
- Artika, D., & Shara, Y. (2021). Analisis Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Kota Medan. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 1(2), 237–248. <https://doi.org/10.54259/ijba.v1i2.78>
- ButarButar, P. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pembiayaan Di PT.Adira Dinamika Multi Finance Cabang Bekasi 4 Harapan Indah. *Repository*.
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen

- Mie Gacoan di Yogyakarta). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851–866.
- Christian Sumarto, & Sularsih Anggarawati. (2024). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Purchase Decision melalui Brand Trust: Studi Kasus pada Produk SKECHERS di Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 5270–5287. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.1062>
- de Jonge, J. (2006). Multivariate Data Analysis (Sixth Edition). In *Gedrag & Organisatie* (Vol. 19, Issue 3). <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>
- Dharma, U. B., Mouth, W. O., Produk, K., Produk, K., Layanan, K., Produk, K., Layanan, K., Mouth, O., & Produk, K. (2023). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Word Of Mouth ( Wom ), Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kue Semprong ( Studi Kasus Pada Toko Online Loves Semprong , Dadap. 3(2).*
- Dinata, Y. H. (2020). *Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Citra Merek (Brand Image) Dan Sikap Terhadap Merek (Brand Attitude) Pada Konsumen Sambel Alu Bandar Lampung. 1–40.*
- Febrianti, N., & Widiartanto. (2021). Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi Pada Konsumen Yang Membeli Yamaha Mio Di PT. Yamaha Mataram Sakti Cabang Purworejo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(2), 24–34. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/19962>
- Firman, A. A. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Jatinangor House Di Cisitudo Dago. *Skripsi*, 85–112. <http://repository.unpas.ac.id/61260/6/9. BAB III.pdf>
- Gerson, N. R., Nagita, N., Tisya, E. G., Nurjannah, N., & Mahmut, C. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Mba Jus Di Kota Palopo. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(3), 341–357. <https://doi.org/10.55606/jurima.v3i3.3033>
- Hanggondosari, S. U., & Daha, U. P. (2023). *Promosi melalui instagram terhadap peningkatan penjualan. 2(1).*

- Hartanti, P. (2022). Pengaruh Brand Trust dan Promosi terhadap Niat Beli Ulang pada Marketplace Tokopedia. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*, 1–16. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/id/eprint/4357>
- Hartono, Lukman, E., & Budiwati, H. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Pengguna Helm Merek Ink. *Sustainability (Switzerland)*, 2(1), 148–161.
- Hendra. (2023). *Manisnya Pasar Pelumas Nasional di Antara Ketatnya Persaingan*. GridOto.
- Herawati, H., & Putra, A. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal on Education*, 5(2), 4170–4178. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.1115>
- James W, Elston D, T. J. et al. (2018). Metode Penelitian. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*, 38–53.
- Jasmine, K. (2014). faktor wom. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 5(6).
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Junaidi, R., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada UPTD Baltekkomdik Dinas Pendidikan Provinsi Sumatera Barat*. 1–13. <https://osf.io/preprints/inarxiv/bzq75/>
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). Marketing Management 15th edition. In *Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue 1). <https://doi.org/10.2307/1250781>
- L, M. V. A., F, K. J. A., & S, M. D. D. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado. *Tahun*, 6(4), 54–61.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi

- Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953.  
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Nafiudin, Andari, Kurnia, D., & Tia Safitri, A. (2021). Pentingnya Desain Ulang Pekerjaan Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Masa Pandemi Covid 19. *Sains Manajemen*, 7(2), 155–167.  
<https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.4139>
- Pandawangi.S. (2021). Metodologi Penelitian. *Journal Information*, 4, 1–5.
- Panji Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap. *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent%0Ahttps://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Pradita, K. D. (2019). 87 - 100. *Pengaruh Tekanan Eksternal, Ketidakpastian Lingkungan, Dan Komitmen Manajemen Terhadap Penerapan Transparansi Pelaporan Keuangan*, 3(2), 87–100.
- Pramesti, D. Z., & Sujana, N. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo. *Skripsi Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.*, 11(April), 346–363.
- Pratama, M. I., Rizal, M., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh Brand Trust, Customer Review, dan Website Quality terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee. *Journal of Marketing Research*, 12(02), 1287–1295.
- Publik, A. K., Balekambang, P., Jepara, K., Merek, C., & Pembelian, K. (2023). *Pengaruh Word Of Mouth dan Citra Merek Terhadap Pendahuluan Pada saat ini , globalisasi telah membawa perubahan di dunia yang semakin terindustrialisasi . Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan globalisasi yang terbuka bagi setiap pengusaha . Munculnya persa.* 21(3), 310–316.
- Rizki Annisa. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Akuntansi*, 56–85.

- Safitri, D., Sudirman, R., & Angin, S. A. B. P. (2024). Pengaruh Word of Mouth, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Seblang Di Kecamatan Singojuruh Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 2125–2146. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3946>
- Sugiono. (2022). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Stres Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pos Indonesia Cabang Bekasi*. 28–38. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/9179>
- Sugiyono. (2020a). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sugiyono. (2020b). Pengaruh Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kenyamanan Penumpang di Bandar Udara Internasional Banyuwangi. *Jurnal Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta.*, 6–22.
- Sugiyono. (2022). *Populasi dan Sampel Sugiyono*. 56–80.
- Sujarweni. (2023). *Metodologi penelitian*.
- Syaifullah, A. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Daarut Tauhiid Jakarta. *Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 1–17.
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Wicaksono, S. (2020). *Pengaruh Program Pelatihan; Dan Kompensasi Langsung Dan Tidak Langsung Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Prudential Life Assurance Surabaya*. 71–86.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow ( Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang ). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 279–287.