

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, K., & Kotler, P. (2001). *Prinsip-prinsip Manajemen*.
- Ardiansyah, B. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus Pada Café Cogor Maguwo)*. Universitas Ahmad Dahlan Kota Yogyakarta.
- Arifin, S., Suharyono, & Wilopo. (2013). Pengaruh Perceived Price Dan Perceived Value Pada Produk Bundling Terhadap Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1(2), 168–176.
- Ashari, A. (2012). Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita di Group Blackberry Messenger terhadap minat beli mahasiswi ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin. *Fisipol Unhas*, 44.
- 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.
- Budi Setiawan, A., Hartono, & Fitri Rahmawati, N. (2020). Pengaruh Viral Marketing Dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Shopee Mahasiswa Program Sarjana Institut Stiami Jakarta Pusat Tahun Angkatan 2015-2018). *Jurnal Mahasiswa Administrasi Bisnis*, 1(1), 1–5.
- Cooper, D., Schindler, P., & Sun, J. (2006). *Business Research Methods*.
- Dianita, D. I., & Arifin, Z. (2018). Pengaruh Brand Ekstensi dan Brand Image Terhadap Minat Beli Iphone di Kota Malang (Survei pada pengunjung Outlet OPPO Smartphone di Mall Plaza Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 64(1), 119–125.
- Doney, P., Barry, J., & Abratt, R. (2007). Trust determinants and outcomes in global

- B2B services. *European Journal of Marketing*.
- Durianto. (2013). *Conquer Strategy Equity Research through market and brand behavior*.
- Erdil, T. S. (2015). Effects of Customer Brand Perceptions on Store Image and Purchase Intention: An Application in Apparel Clothing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207, 196–205.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.10.088>
- Eriyanto. (2007). *Teknik Sampling*.
- Fitriani, A. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan, terhadap Keputusan Pembelian Semen di PT Semen Indonesia Logistik Cabang Golomantung. *UMG Repository*.
- Hair, J. F., Jr, M. S., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*.
- Ismail, M. (2013). *Pengaruh Kinerja Strategi Pemosisian Terhadap Citra Merek (Survei pada pelanggan Provide Seluler GSM Pra-Bayar Telkomsel Indosat)*.
- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1.
<https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>
- Karmela, L., & Junaedi, J. (2009). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Griya Kuningan. *Jurnal Equilibrium*, 102.
- Komariyatin, N., & Ferdinand, A. (2018). Csr in Effort Improving Purchase Intention Through Brand Image, Trust and Customer Satisfaction. *Conference on Business, Management, and Accounting*, 101–110.

- Kotler. (2010). *Principle of Marketing: A South Asian Perspective*.
- Kotler, P., & Ketler, K. (2016). *A framework for marketing management*.
- Kumala, O. (2012). Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli pada Tune Hotels Kuta-Bali. *Jurnal Pemasaran*.
- Lampengan, P., Massie, J. D. ., & Roring, F. (2019). Pengaruh Motivasi Kepercayaan Dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Pengguna Online Shop Zalora Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNSRAT Manado. *Emba*, 7(4), 5693–5702.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHA Dequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Mendrika, S. (2017). Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli ulang Oriflame. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Fakultas Ekonomi*.
- Monroe, D., & Grewal. (1991). *Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers Product Evaluation*.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Nabilla, S. (2018). PENGARUH CITRA MEREK DAN MINAT BELI TERHADAP LOYALITAS MEREK. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(1), 31–38. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1322107>
- Nugroho, F. Y. (2011). Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Nur, A. M., Ghalib, S., & Utomo, S. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pada Pelanggan Indihome Di

- Kota Palangka Raya (Studi Emperis Pada PT.Telkom Provinsi Kalimantan Tengah). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*.
- Pradipta, H. O., & Mashariono. (2015). Pengaruh citra merek, periklanan terhadap minat beli konsumen thermometer onemed di surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(7), 1–19.
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(2), 1–11.
- Prathama, F., & Sahetapy, L. (2019). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN E-COMMERCE LAZADA. *Agora, Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(1).
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169–175. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16240>
- Rose, T., & Nofiyanti, F. (2020). Brand Image of Interest in Buying Current Coffee Consumers in Jakarta. *Neolectura*, 2(1), 40–51.
- Rousseau, A., Absil, F., Dubois, E., Grein, L., & Michel, J. P. (2008). Trust in the Heart of the Open Innovation Lessons by the Resource Centre for Information Technologies for the Building Industry. *International Society for Professional Innovation*.
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *IJurnal Indovisi*, 1(1), 83–104.
- Sari, T. C., & Tuti, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap

- Kepuasan Pelanggan di Warung Cita Rasa Cak Wanto. *STEIN ERepository*.
- Schiffmann, L., & Kanuk, L. (2007). *Consumer Behavior*.
- Setiawan, A. R., & Ilfitriah, A. M. (2012). Pengaruh Variabel Kepuasan, Kepercayaan, Dan Komitmen Afektif Terhadap Perpindahan Nasabah Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 2(1), 97–112.
- Sitorus, S. D., & Mawardi. (2019). Pengaruh Presepsi Kemudahan, Presepsi Risiko, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Online. (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna Aplikasi Jual Beli Online Carousell). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 73(1).
- Soegoto, A. S. (2013). Persepsi Nilai dan Kepercayaan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Emba*, 1(3), 1271–1283.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*.
- Sunarto, S. (2006). *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing*.
- Supranto, & Limakrisna. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk memenangkan Persaingan Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Surachman, S. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*.
- Suryana, S., Sekaran, U., Lee, S., Stearns, T., & Geoffrey, G. M. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD. *International Journal of Management*.
- Susanto, A., & Wijarnako, H. (2004). *Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Penerbit Mizan Publika.
- Wulandari, O. A. D., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2019). Pengaruh Citra Destinasi Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pengunjung Di Owabong Melalui

Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(2). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i2.1319>

Yeni, F. (2013). Pengaruh Keunggulan Bersaing Diferensiasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada KFC di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*.

Yuslistyari, E. I., & Malik, V. (2017). Analisis kualitas pelayanan pengelolaan pasar tradisional terhadap kepuasan pedagang dengan metode servqual dan ipa. *Jurnal INTECH*, 3(1), 7–14.