

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). Pemasaran Jasa, Cetakan Kedua Belas. Bandung: Alfabeta, 205.
- Al Ayubi, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi terhadap Minat Beli Alat Outdoor Eiger (Studi Kasus Alat Outdoor Merek Eiger di Kota Solo). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 4(1).
- Amrullah, A. R., & Agustin, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajeme*, Vol. 5, No. 7, pp 1-15.
- Andarista, F., Santi Hariyani, D., & Ula Ananta Fauzi, R. (n.d.). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 01, 36–44.
- Arianto, N., Sabta, D., & Difa, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. In *Jurnal Disrupsi Bisnis* (Vol. 3, Issue 2).
- Arikunto (2006), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Kelima, Rineka Cipta, Jakarta barat.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Ashari, N. A. (2014). Pengaruh promosi penjualan pakaian wanita di group *blackberry messenger* terhadap minat beli mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Hasanudin, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanudin. Makasar.
- Assael, H. 2008. *Consumer behavior and marketing action*. Boston: Wadsworth, Inc.
- Ayu Noviningsih, K., Putu Nita Anggraini, N., & ketut Ribek, P. (2022). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Indihome di Gianyar. 3(2).
- Chaudhuri, A., and Holbrook, M. (2001). *Products-class effects on brand commiment and brand outcome: The role of brand trust and brand effect*. *Brand Management*, 101, 33-58.
- Ekawati, R. R., Saroh, S., Zunaida, D., Bisnis, J. A., Administrasi, F. I., Malang, U. I., ... Malang, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepercayaan Merek Dan Harga Diskon Terhadap Minat Beli Di Restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang. 9(1), 28-34
- Fandiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli. 7, 21-42.

- Fandiyanto, Randika, & Ratih, E. K. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra merek Terhadap Minat Beli “Kopi Toraja” di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 1-22.
- Feny Rukmi Willis, Sutedjo Bambang (2022). “Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Skincare MS Glow Beauty di Demak)”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5 (1), 168-181.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran edisi pertama*.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS” Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, Joseph K, et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Edisi 7. New Jersey :Pearson Education.
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Irawan, M Rizal Nur. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Satria Nusantara Jaya. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* (Vol 5, No 2).
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen pada PT. Satria Nusantara Jaya. *Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140-156.
- Irmayanti, Rika & Dadang Suhardi. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol 3, (1), 53-62.
- Karundeng, N., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2), 83-90.
- Junita, A. (2020). *Pengaruh Iklan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Kotler, P., 2003, *Marketing management*, New Jersey, Prentice Hall.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary. (2012). “*Dasar-dasar Pemasaran*”. Jakarta : Perhallindo.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management* Fourteenth Edition. New Jersey: pearson Education.
- Kotler, Philip & G Armstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Jilid 1 Edisi Keduabelas. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & G Armstrong. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta : Perhallindo.
- Kotler, Philip & Keller Kevin Lane. (2016). Marketing Management 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Latief, Abdul. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sidp Mampir Di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan* (Vol 7, No 1).
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba
- Mardalena, N. T., & Lubis, A. R. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek Kepercayaan Merek Dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Produk Luxury Fashion Brand Dengan Gender Sebagai Moderating Pada Pemasaran Media Sosial Di Kota Banda Aceh. 2(1), 99-114.
- Mowen, J. C., M. (2006) *Understanding consumer behavior: A framework*. Thamson.
- Menurut Mowen (2012:16) Kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada konsumen atas perbaikan kinerja suatu produk.
- Noviningsih, K. A. and A. N. P. N. and R. P. K. (2022). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Indihome di Gianyar. *Values*, 3, 598–609.
- Nurtantiono, Andri & Farid Al Ayubi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Alat Outdoor Elger (Studi Kasus Alat Outdoor Merek Eiger Di Kota Solo. *Indonesian Journal of Strategic Management* (Vol 4, No 1).
- Reginaldo, R. (2017). Pengaruh Pengetahuan Merek, Hubungan Merek, Familiaritas Merek, Kepercayaan Merek Dan Fit Merek Terhadap Minat Beli Air Mineral Aqua. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 1(2).
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap Minat beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17, 139–145.
- Ridwanudin, R., & Hanifa. F. H. (2019). Pengaruh Brand Image Kepercayaan Merek Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Daihatsu Grand New Xenia Di Bandung Pada Tahun 2019. 5(2), 627-636.
- Rizwan M, 2014. “The impact on branded product on consumer purchase intentions”, *Journal of Public Administration and Governance* ISSN 2161-7104 2014, Vol. 4, No. 3

- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.
- Schiffman, Leon., dan Lesslie, Lazar Kanuk. 2007. **Perilaku Konsumen**. Edisi Ketujuh. Dialihbahasakan oleh : Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, Uma. 2017. *Metodologi Penelitian Untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. 3(1), 53-62.
- Tjiptono (2008). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli (studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang) *Jurnal Administrasi Bisnis 15 (1), 2014*.
- Tjiptono, Fandy , (2001), Strategi Pemasaran, Yogyakarta :Andi, Edisi Ketiga, Cetakan Kesatu.
- Tjiptono, Fandy. (1997). Strategi Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Pertama. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tria, Erna Dewi, and Toufan Aldian Syah. "Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Pelanggan Rita Pasaraya Cilacap." *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 1.2 (2021): 84-94.
- Zulia Khairani. (2018), Model AIDA Efektivitas Promosi Melalui Instagram pada UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis dan Akuntansi* 3 (2) 239-242, 2018.