

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, B. dan H. L. T. (2003). *Analisis Data untuk Penelitian Survai*.
- Agustina, R. D. dan D. P. (2019). *Pengaruh Fraud Pentagon Dalam Mendeteksi Kecurangan Pelaporan Keuangan*.
- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Alma, B. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amir, M. T. (2015). *Inovasi Pendidikan Melalui Problem Based Learning*. Prenadamedia Group.
- Amirudin M. Amin, J. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Kopi Kapal Api Di Kota Pekanbaru Amirudin. *Invest : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 97–101.
- Ariwidodo, B. (2009). Studi Mengenai Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pendidikan Pasca Sarjana (Studi Kasus Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang) *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* Bagus Ariwidodo. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Viii(2), 187–203.
- Armstrong, K. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. Pearson Education, Inc.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Belajar.
- Ban, H. dan Van den. (1999). *Penyuluhan Pertanian*. Kanisius.
- David, A. A. (1991). *Manajemen Equitas Merek, memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Mitra Utama.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fajar, L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Graha Ilmu.
- Fatmaningrum, R. S., & et al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 1–13. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/270>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>

- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran, edisi Pertama*. Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regres*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair J.F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hastoko, Y. P., & Wati, W. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Burger King Trans Studio Mall Cibubur. *Humantechjurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(1), 1–16.
- <https://rorms.gle/ewLjseAKQdNnucno8>
- <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Ichlasul Naufal Hakim, & Imam Nuryanto. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Digital Canon Di Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(2), 10–16. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v1i2.118>
- Indriantoro, & D. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*.
- Kanuk, S. and L. (2000). *Costumer Behavior, Internasional Edition*, Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. . (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Kuncoro. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitattif Dan R&D*. Erlangga.
- Latan, H. dan Ghozali, I. (2012). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lau, G. T. and Lee, S. H. (1999). “Consumers’ Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty,”.
- Madyan, I. S., & Tiarawati, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pond’s Flawless White. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 98. <https://doi.org/10.26740/bisma.v6n2.p98-105>
- Mardiani, N. F., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris di Ponorogo. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2703>

- Maulana, E. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Dslr Canon (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)*.
- 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>
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management, Edisi Kedua*. Ghalia Indonesia.
- Noviyan, S., Kencanawati, M. S., Anggraini, R., & Gayatri, L. A. I. (2019). Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Brand Image, Electronic Word of Mouth, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 9–25.
- Nuddin, A. khalishah. (2017). Pengaruh Pengalaman Merek , Kepuasan dan Kepercayaan Merek Dalam Membangun Loyalitas Merek : Penelitian Empiris Pada Merek Samsung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1–23. [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10681/08.Naskah Publikasi %28Jurnal%29.pdf?sequence=18&isAllowed=y](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10681/08.Naskah%20Publikasi%20Jurnal%29.pdf?sequence=18&isAllowed=y)
- Nugroho, R. (2003). *Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi dan Evaluasi*. PT Elek Media Komotindo.
- Nurjanah, P., & Ikhsan, N. El. (2022). Jurnal Administrasi Bisnis 2016 Jurnal Administrasi Bisnis 2016. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449–460.
- Peter, J. P. dan J. C. O. (2002). *Perilaku konsumen dan strategi pemasarann*. Erlangga.
- Pradana, A. A. (2017). *Pengaruh Kompetensi dan Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Belmera*.
- Purwoko, S. (2018). *Pengaruh kepemimpinan kepala sekolah, komitmen guru, disiplin kerja guru, dan budaya sekolah terhadap kinerja guru SMK*.
- Rachman, T. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone ASUS di Bekasi. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(01), 48–52. <https://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jpi/article/view/816>
- Rezana Agustyan1, M. B. (2020). *Analisis Pengaruh Online Consumer Review, Warranty Product dan Brand Trust Terhadap Purchase Decision Smartphone Xiaomi di Kabupaten Kebumen*. 2(April), 240–250.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel. *Jurnal Riset Manajemen Sain Indonesia*, 3(1), 1–7.
- Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>

- Sangadji, E.M., dan S. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.
- Santoso, E. B. & Samboro, J. (2017). P. P. P. dan I. P. T. K. P. dan D. T. L. P. (Cafe G. G. (2017). *Pengaruh Promosi Penjualan dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Cafe Gendang Gandeng)*.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Setiadi, N. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Kencana Prenada Media Group.
- Siti Fatimah, M. Yahya, & Khairatun Hisan. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Kota Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 151–172. <https://doi.org/10.32505/jim.v3i2.3481>
- Sofia Iلمي, Supawi Pawenang, F. S. M., & Fakultas. (2020). *Edunomika – Vol. 04, No. 01 (Februari 2020)*. 04(01), 103–113.
- Sofina, S., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet 4G Unlimited Indosat Ooredoo (Studi Pada Konsumen Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1530–1536. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1530-1536>
- Suardhita, N., Rafik, A., & Sugeng, I. S. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Merek Wardah. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 11–20.
- Subagja, I. K. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Celana Merek Jeans Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i1.525>
- Sudaryanto, S., Subagio, N. A., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). Influence of brand image, price and promotion on consumer's buying decision of fast moving consumer's goods with culture as a moderating variable in basmallah retail store in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 85–92.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta,CV.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya,.
- Sutojo, S. & F. K. (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*. PT. Damar Mulia Pustaka.
- Tamamudin. (2012). *Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen*.

- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa, indikator kepuasan pelanggan*. Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Andi Offset.
- Tommy, T. (2020). *Manuscript _ PPM _ 2020*.
- Uliana, D. (2012). *Pengaruh Inovasi Terhadap Purchase Intention (studi pada starbucks VIA)*.
- Warusman, J. D., & Untarini, N. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Anggota Komunitas Sepeda Motor Honda Vario 125cc di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(2), 35–41.
- Wibowo, A. E., & Gunawan, A. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran Sederhana Di Harbout Bay Batam. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(1), 57–67. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.364>
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *Isoquant : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/Iso.V3i1.243>