

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Syakir Media Press.
- Anggraeni, N., Kartika, D., & Dwitama, A. (2024). Studi Empiris Tentang Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Trust*, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral AQUA. *Jurnal Manajemen Bisnis Wirausaha*.
- Dewanto. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative Methods in Social Research*. McGraw-Hill.
- Faradila, & Shiddiqy. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 14–23.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Harjadi. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 33–42.
- Hidayat, M. R., Elvina, & Zelibu, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 6(1). <https://doi.org/10.47065/jtear.v6i1.2209>
- Indah, B. M., & Evangelista, L. (2024). Pengaruh *Product Quality* dan Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro di Kota Bandung. *JiIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(6), 5217–5222. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i6.4436>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing Management* (14 ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education.
- Lestari, N., & Meidina, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan melalui *Brand Trust* pada Konsumen KOI Thé. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*.
- Likert, R. (1932). *A Technique for the Measurement of Attitudes*. Archives of Psychology.
- Muin, A. (2023). *BUKU AJAR METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.

- Nabila, T. S., & Purwaniningtyas, D. A. (2024). *Brand Trust* sebagai Prediktor Loyalitas Konsumen pada Konsumen Produk Air Mineral AQUA Daerah Yogyakarta dan Jawa Tengah. *Acta Psychologia*, 6(1), 27–36. <https://doi.org/10.21831/ap.v6i1.69687>
- Pratama, A., Siregar, H., & Sihombing, S. (2019). The Effect of Consumer-Based Brand Equity and Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study. *Economia Journal*.
- Prawiyogi, & dkk. (2021). Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian. *Jurnal Pendidikan*.
- Safitri, I., & Mauludi, A. (2022). Pengaruh Brand Image, *Brand Trust*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina Cosmetics. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(3), 305–320. <https://ipv6.bajangjournal.com/index.php/Juremi/article/view/3398>
- Saputra, & Nugroho. (2017). Penggunaan Skala Likert dalam Penelitian Sosial. *Jurnal Statistika*.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi. <https://books.google.com/books?id=Z-fWDwAAQBAJ>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Tambun, & Cindy. (2022). Pengaruh *Product Quality* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*.
- Telaumbanua, D. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian AMDK Le Minerale di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manuhara*.
- Wardani, D. (2022). Analisis Pengaruh Trust, Price, Brand Image, Service Quality, dan Kepuasan Konsumen terhadap Purchase Intention Pelanggan Kedai Minuman Boba. *Communications Journal*.