

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- American Society for Quality Control. (2009). *Manajemen pemasaran (dalam P. Kotler & K. L. Keller)*. Jakarta: Erlangga.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Babin, B. J., & Harris, E. G. (2014). *Consumer behavior*. Boston: Cengage Learning.
- Baum, F. (2012). *Quality management systems*. New York: McGraw-Hill.
- Biel, A. L. (2012). *Converting image into equity*. New York: Advertising Research Foundation.
- Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. (2008). *The impact of electronic word-of-mouth*. *Decision Support Systems*, 45(2), 458–470.
- Dr. Hermawati Istiana, M. S. D. (2025). Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian BBM Peralite. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 151, 10–17.
- Edriani, D., & Harmelia, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Produk Oli Prima XP di Kota Padang). *JUSIE (Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi)*, 4(01), 8–17. <https://doi.org/10.36665/jusie.v4i01.191>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Sharma, P. N., & Liengaard, B. D. (2024). Going Beyond the Untold Facts in PLS-SEM and Moving Forward. *European Journal of Marketing*, 58(13), 81–106
- Hair, J. F., Babin, B. J., Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Becker, J.-M. (2025). Covariance-based Structural Equation Modeling (CB-SEM): A SmartPLS 4 Software Tutorial. *Journal of Marketing Analytics*.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. Dalam *Advances in International Marketing* (Vol. 20, hlm. 277–319). Emerald Publishing.
- Henseler, Jörg, Thomas K. Dijkstra, Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, Adam Diamantopoulos, Wolfgang W. Straub, David J. Ketchen Jr., G. Tomas M.

- Hair, and Joe F. Hult. 2015. "A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling." *Journal of the Academy of Marketing Science* 43: 115–135.
- Hong, S., et al. (2002). Brand image and consumer choice. *Journal of Marketing Research*, 39(3), 345–356.
- Hudatama, B. I., & Nurseto, S. (2023). (*Studi pada Pelanggan Baru Indihome di Kota Semarang*) *Pendahuluan Kajian Teori*. 12(1), 1–10.
- Kamariah, S. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Brand Trust dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jiagabi*, 10(2), 77–87.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (2007). Consumers' trust in a brand. *Journal of Market-Focused Management*, 4(4), 341–370.
- Liu, Y., Chin, W. W., Cheah, J.-H., Hair, J. F., & Lyu, C. (2025). Tackling Missing Data in PLS-SEM: Strategies and Insights for Business Research. *Journal of Business Research*.
- Luk, S. T. K., & Yip, L. S. C. (2008). The moderator effect of monetary sales promotion on the relationship between brand trust and purchase behaviour. *Journal of Brand Management*, 15(6), 452–464.
- Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Majapahit, U. I. (2023). *Pengaruh Brand Trust Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Scoopy Di PT. Tunas Dwipa Matra Mojosari*.
- Masruroh, N., & Sudarwanto, T. (2020). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 567–573.
- Putri, A. R., & Sari, D. (2021). Pengaruh brand trust terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 45–54.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2024). *SmartPLS 4*. SmartPLS GmbH
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2025). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Dalam *Handbook of Market Research*. Springer.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior*. New Jersey: Pearson Education.
- Setiawan, E., Ediyanto, & Fandiyanto, R. (2025). Pengaruh harga, kualitas produk, dan word of mouth (WOM) terhadap keputusan pembelian dengan citra merek (Oli Shell Advance) sebagai variabel intervening pada pengguna Shopee di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 4(9), 2284.

- Silverman, G. (1997). *How to harness the awesome power of word of mouth*. New York: AMACOM.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2, Cetakan ke-5). Bandung: Alfabeta
- enenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). *PLS path modeling. Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159–205. <https://doi.org/10.1016/j.csda.2004.03.005>
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. 2010. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah*. Jakarta: Rajawali Pers
- Usmawadi, G., & Soviyanti, E. (2023). *PENGARUH PRODUCT KNOWLEDGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PELANGGAN PLN PRABAYAR DI PLN UP3 PEKANBARU*.
- Xu, X., et al. (2013). Quality perception and customer satisfaction. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 30(4), 403–425.
- Yubaidah. (2008). *Teknologi pelumas dan perawatan mesin*. Jakarta: Erlangga.