

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis Edisi Kedelapan*. Salemba Empat.
- Alfia, N., & Dwiridotjahjono, J. (2023). "Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah". *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(1), 32–44.
- Ambarwati, M. (2015). "Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent)". *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*.
- Amdhani, R., Wati, E. E., & Purwanto, K. (2022). "Analisis Promosi, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Beat Oleh Mahasiswa Undhari". *Manajemen Dewantara*, 6(3), 281–291.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2022). "Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado". *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 663–674.
- Apriyanto, M. P. (2020). "Analisis Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, Brand Association Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha Di Kabupaten Kebumen) (Doctoral Dissertation). *Universitas Putra Bangsa*.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Aris Budi Perlindungan, A. M. (2017). "Analisis Pengaruh Berbagai Macam Merk Oli Terhadap Temperatur Mesin Yamaha Vixion 150cc". *Sjme Kinematika*, 2(1), 11–25.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Atmaja, N. P. C. D., & Menuh, N. N. (2019). "Peran Mediasi Brand Trust Pada Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online". *Manajemen Pemasaran*, 15.
- Alfian, B. (2012). "Pengaruh Citra Merek(Brand Image) Terhadap Pengambilan

Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada Pt". *Hadji Kalla Cabang Polman Makasar: Skripsi Universitas Hasanuddin*.

Basri Rahim, B. R. (2024). "Analisis Naiknya Temperatur Minyak Pelumas Mesin Induk Di Kapal Mv". *Morabaya 3 (Doctoral Dissertation, Politeknik Ilmu Pelayaran Makassar)*.

Braun, A., Styliadis, K., & Soderberg, R. (2020). "Cognitive Quality: An Unexplored Perceived Quality Dimension In The Automotive Industry". *Procedia Cirp*, 91, 869–874.

Cahyani, C. N. (2021). "Pengaruh Perceived Quality, Brand Association, Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Kabupaten Kebumen (Doctoral Dissertation)". *Universitas Putra Bangsa*.

Dewi Nur, A. B. S. (2024). "Analisis Tekanan Minyak Pelumas Main Engine Yang Menurun Di Mv". *Tanto Lancar (Doctoral Dissertation, Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang)*.

Djauharuddin, A., Machmud, M., Muslimin, U., & Aryuni, A. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Pt.Tunas Dwipa Matra Cabang Parepare". *Akmen Jurnal Ilmiah*, 17(4), 641–651.

Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2016). *Startegi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Gramedia Pustaka.

Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). "Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek Dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).

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.

Eliasari, P., & Sukaatmadja, I. (2017). "Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase-Intention Dimediasi Oleh Perceived-Quality Dan-Brand-Loyalty". *E Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(12), 248810.

Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Cv. Penerbit Qiara Media.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi 9*. (Edisi Ke-1). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastuti, A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102.
- Herwanto, A. N., & Sridadi, S. (2019). "Pertimbangan Guru Dalam Memberikan Penilaian Mata Pelajaran Pjok Berdasarkan Ranah Kognitif, Afektif, Psikomotorik Bagi Siswa Smp Negeri Se-Kabupaten Sleman". *Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi*, 8(8).
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening". *Cakrawanga Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, And Managing Brand Equity* (Keempat). Pearson Education Inc.
- Kotler, & Amstrong. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*(Jilid 1). Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principle Of Marketing, 15th Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing, 17th edition*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (12 Ed.)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Gerry, A. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran (12 Ed)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (12 Ed.)*. Pt Indeks.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Bagaimana Meneliti Dan Menulis Tesis* (Edisi 3). Erlangga.
- Lailatan Nugroho, B. I. (2017). "Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil Lcgc Di Surakarta)". *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Danbisnis*, 12(1), 1–8.

- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo". *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Lbs, R. R. (2023). "Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat (Pada Studi Khusus Dealer Hayati Pada Cabang Pasamang Barat (Doctoral Dissertation)". *Universitas Putra Indonesia" Yptk" Padang*.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). "Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid 19". *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*, 3(2), 23–31.
- Lidyaninngsih, P. R. (2016). *Indonesia Banking School*. 1–43.
- Lingga, G. S., Fadhilahi, M., & Cahya, A. D. (2023). "Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone Dari Apple Di Kota Madya Yogyakarta". *Transformasi Manageria: Journal Of Islamic Education Management*, 3(1), 120–131.
- Mabkhot, H., Hasnizam, & Salleh, S. M. (2017). "The Influence Of Brand Image And Brand Personality On Brand Loyalty, Mediating By Brand Trust: An Empirical Study". *Jurnal Pengurusan*, 50, 71–82.
- Manulang, M. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen* (Cetakan Pe). Universitas Gajah Mada.
- Martha, L., & Maini, D. (2022). "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Di Cv. Tjahaja Baru Surantih". *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1172–1192.
- Mishra, M., Kesharwani, A., & Das, D. (2016). "The Relationship Between Risk Aversion, Brand Trust, Brand Affect And Loyalty: Evidence From The Fmcg Industry". *Journal Of Indian Business Research*, 8(2), 78–97.
- Mokhtar, R., Othman, Z., & Arifin, H. F. (2019). "The Effect Of Brand Awareness, Brand Image, And Perceived Quality On Customer Behaviour Intention". *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*, 8(12), 2023–2035.
- Muchtar, M. I., Akbar, R. R., & Pratama, M. R. (2024). "Pengaruh Brand Trust,

- Promosi Media Sosial Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Permen Relaxa Di Kabupaten Bandung". *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 715–722.
- Natsir, A., & Malik, R. (2023). "Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada Pt. Hadji Kalla Toyota Cabang Maros". *Jurnal Rekayasa Sistem Industri & Manajemen*, 1(2), 76–83.
- Nugraha, A. G. (2018). "Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality Price Dan Degrain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Di Banjarnegara (Studi Pada Pembeli Motor Honda Vario 125 Di Banjarnegara) (Doctoral Dissertation)". *Universitas Muhammadiyah Purwokerto*.
- Pakpahan, P. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Pelumas Oli Top 1 (Doctoral Dissertation)". *Universitas Mercu Buana*.
- Pandiangan, K., & H Ali. (2021). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity : Brand Trust , Brand Image , Perceived Quality , & Brand Loyalty". 2(4), 1–14.
- Pangabean, S. A., Tanjung, A., Nasution, Z. A., & Hutagalung, J. (2024). "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Vivo Di Toko Mitra Cell Kota Sibolga". *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(2), 825–842.
- Pham, L. T. M., Do, H. N., & Phung, T. M. (2016). "The Effect Of Brand Equity And Perceived Value On Customer Revisitintention: A Study In Quick-Service Restaurants In Vietnam". *Acta Oeconomica Pragensia*, 24(5), 14–30.
- Pramezwary. (2021). "Brand Trust Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19". *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika Universitas Pelita Harapan Tangerang*.
- Pranata, A. (2020). "Pengaruh Perceived Value Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Dealer Honda Wilayah Surabaya Barat (Doctoral Dissertation)". *Wijaya Kusuma Surabaya University*.
- Pratama, F. A., & Dwiarta, I. M. B. (2017). "Pengaruh Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Sepeda Motor Honda Beat Di Kecamatan Karangpilang, Kota Surabaya". *Majalah*

Ekonomi, 22(1), 111–124.

Purba, E., Purba, B., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Pandapotan, H., Silitonga, N., Fitrianna, A. S., & Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.

Putra, P. Y., & Soebandi, S. (2019). "The Influence Of Celebrity Endorser, Brand Image, And Brand Trust On Consumer Purchasing Decisions To Nike Brand Sports Shoes In Surabaya". *Journal Of World Conference*, 208–218.

R T Hidayah. (2016). "Pengaruh Brand Trust Terhadap Niat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Produk Elektronik Pada Situs Jual Beli Lazada". *Unej E-Proceeding*, 122–132.

Rahmadani, S. (2017). "Pengaruh Brand Loyalty, Brand Association, Brand Awareness, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Go-Jek (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin-Su) (Doctoral Dissertation)". *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.

Rahmawan, G., & Suwitho, S. (2020). "The Influence Of Brand Image , Brand Awareness , Perceived Quality On School Shoes Purchase Intention". *International Conference On Business & Social Sciences (Icobuss)*, 514–523.

Reza, M., & Khasanah, I. (2020). "Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250". *Diponegoro Journal Of Management*, 9(4).

Riadi, M. (2021). *Perceived Quality (Persepsi Kualitas) - Pengertian, Manfaat, Dimensi Dan Nilai*.

Ridha, N. (2017). "Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian". *Hikmah*, 14(1), 62–70.

Rohim, A., & Asnawi, N. (2023). "Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Oleh Brand Image (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)". *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4(1), 867–878.

Romano, J. (2022). *What Is Brand Image And Why It Matters*. Retrieved From Wix Blog.

Rusmanida, R. (2020). "Pengaruh Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas

- Terhadap Keputusan Membeli Secara Online Melalui Kepercayaan Merek Pada E-Commerce Shopee Di Kota Banjarmasin". *Jurnal Ilmu Manajemen (Jimmu)*, 5(1), 16–22.
- Sabardini, S. E., & Wijono, D. (2024). "Citra Merek Sebagai Mediasi Kualitas Prodak Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Selemantan". *Jurnal Ilmu Manajemen (Jimmu)*, 5(1), 16–22.
- Salim, N. M. A. (2017). "Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Mie Instan Indomie Studi Pada Mahasiswa S1 Iain Surakarta. (Skripsi)". *Institut Agama Islam Negeri Surakarta*.
- Santoso, P. H. (2018). "Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kredibilitas Perusahaan Terhadap Niat Membeli Konsumen Pada Produk Kawasaki Di Kota Yogyakarta". *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 1(22), 209–220.
- Santy, R. D., & Atika, S. D. (2020). "Purchasing Decisions In Terms Of Perceived Quality And Product Knowledge". In *International Conference On Business, Economic, Social Science, And Humanities–Economics, Business And Management Track (Icobest-Ebm 2019)*, 94–99.
- Setiawan, O., Simorangkir, E. S., & Purwati, A. A. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Pt Asaba Pekanbaru". *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 1(64–77).
- Shin, S. K. S., Amenuvor, F. E., Basilisco, R., & Antwi, K. O. (2019). "Brand Trust And Brand Loyalty: A Moderation And Mediation Perspective". *Current Journal Of Applied Science And Technology*, 38(4), 1–17.
- Simamora, B. (2015). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Simbolon, N. D., Zebua, Y., & Halim, A. (2022). "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha N-Max Di Kota Rantauprapt". *Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(1), 432–441.
- Sinambela, B. E., Zay, F., Simatupang, O., Pinem, S. F., Lawolo, Y. A. B., Simbolon, V., & Sibarani, H. J. (2020). "Pengaruh Brand Trust, Persepsi Konsumen Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil Merek Honda Di Pt. Deli Kencana Medan Idk 1". *Jmbi Unsrat (Jurnal*

Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi, 7(2).

Sirait, S. K., & Sisnuhadi, S. (2021). "Pengaruh Promosi Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 45–56.

Siti Aisyah, H. C. (2019). "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Oli Sepeda Motor Matic Terbaik Menerapkan Metode Preference Selection Index". *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (Sainteks)*, 1(1).

Stefanus, C. J. (2022). "Pengaruh Brand Image , Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Malang (Studi Pada Konsumen Starbucks Malang)". *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952, 1–77.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Rnd*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian. Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sunanti, A. A., & Dwi Widayani, I. M. S. U. (2021). "Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada Visa Agent Bali, Cangu". *Jurnal Emas*, 2(1), 51–70.

Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). "Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek". *Modus*, 32(1), 25–41.

Tambrin, M. (2010). "Pengaruh Brand Image Terhadap Pelanggan Kartu Simpati Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura". *Jurnal Studi Manajemen*, 4(1), 4–8.

Tasya, L. N. (2023). "Pengaruh Lifestyle, Kualitas Prodak Dan Brand Image Terhadap Keputusan Kendaraan Bermotor Yamaha Nmax Pada Masyarakat Di Kota Denpasar (Doctoral Dissertation)". *Universitas Mahasaraswati Denpasar*.

Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merk*. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip Dan Penerapan*. Andi Offset.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran, Esesi Dan Aplikasi*. Andi Offset.

Wicaksono, K. W. A. (2023). "Pengaruh Perceived Quality Dan Experiantal Maeketing Dalam Peningkatan Brand Loyalty Melalui Customer Satisfaction Di Cafe Km02 Kotamadya, (Studi Kasus Di Café Km02 Semarang) (Doctoral Dissertation)". *Universitas Islam Sultan Agung*.

Wijaya, C. A. (2018). "Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Pemakai, Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelumas Oli Mobil Merek Castrol Jenis Magnatec 10w40 (Doctoral Dissertation)". *Universitas Katolik Musi Charitas*.

Wijaya, V., & Keni, K. (2022). "Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Produk Skincare Dengan Brand Trust Dan Brand Attitude Sebagai Variabel Mediasi". *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(22), 274–287.

Yen, Y. S. (2018). "Extending Consumer Ethnocentrism Theory: The Moderating Effect Test". *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, 30(4), 907–926.

Yohanna, Y., & Rusli, T. S. (2021). "Pengaruh Brand Love, Brand Satisfaction, Brand Trust Terhadap Purchase Intention Produk Gucci". *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 569.

Zeithaml, A. V., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Service Marketing* (Keenam). McGraw-Hill.