

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of A Brand Name*. The Free Press.
- Afandi, M. (2011). Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Obat Flu Mixagrip Di Surabaya. *Universitas Pembangunan Veteran, Surabaya*.
- Anwar, A., Gulzar, A., Sohail, F. Bin, & Akram, S. N. (2011). Impact of brand image, trust and affect on consumer brand extension attitude: the mediating role of brand loyalty. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(5), 73–79.
- Ardiansyah, M. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Imageterhadap Keputusan Pembelian Amdk Cleo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 6, Juni 2017*, 6(1), 1–17.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93.
- Delgado-Ballester, E., & Luis Munuera-Alemán, J. (2005). Does brand trust matter to brand equity? *Journal of Product & Brand Management*, 14(3), 187–196.
- Deodata, A. V. P., & Soamole, A. (2019). Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Fast Food Kentucky Fried Chicken (Kfc) Cabang Taman Mini. *Jurnal Administrasi Bisnis Asmi*, 3(2), 1–10.
- Durianto, D. (2004). *Brand equity ten strategi memimpin pasar*. Gramedia Pustaka Utama.
- ERLIN, H. (2023). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKTOK SHOP*. UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN.
- Ferrinadewi, E. (2008). Merek dan psikologi konsumen. *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Ghealita, V. (2015). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian

amdk merek AQUA (Studi pada masyarakat di kota bandung). *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 4(1).

Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Ghozali, I. (2011a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2011b). *Aplikasi multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 68.

Indiani, N. L., Sudiartini, N. W. A., & Utami, N. K. A. T. (2022). Pengaruh Brand Image, Awareness Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Pada Produk Dupa Harum Grosir. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 152–163. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.83>

Khasanah, M., Hufron, M., & Rachmat Slamet, A. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, Brand Trust Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Warta Ekonomi*, 07(17), 64–77.

Kotler, Philip; Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran (Edisi 14)*. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, P. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Alih Bahasa: AB Susanto*. Jilid 1 dan). Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016a). *Principles of Marketing sixteenth edition*. pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016b). UCEM: Principles of Marketing. *Global Edition*.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management Jakarta: Erlangga*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2000). *Manajemen Pemasaran, PT. Prenhallindo, Jakarta*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran, edisi 13. Jakarta: Erlangga, 14, 178–179*.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson.
<https://books.google.co.id/books?id=eMZRYgEACAAJ>
- Octavia, D., Arifin, R., & Suharto, M. K. A. B. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA (Studi Kasus pada Masyarakat di Kecamatan Pandaan Jawa Timur). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 11(23), 10–27. www.fe.unisma.ac.id
- Pramezwary, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24–31.
- Rangkuti, F. (2004). *The power of brands*. Gramedia pustaka utama.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). SPSS vs LISREL: sebuah pengantar, aplikasi untuk riset. *Jakarta: Salemba Empat*, 5(2), 23–34.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku konsumen edisi ketujuh. *Jakarta: Indeks*.
- Sinamora, Bilson, & Johanes, L. (2002). *Aura Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., & Ghetta. (2022). *Book Of Brand Marketing: The Art Of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, brand image, dan media communication terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.

- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 225(87), 48–61.
- Surachman, S. A. (2008). Dasar-Dasar Manajemen Merek. *Malang: Bayumedia Publishing*.
- Swastha, B. (2013). T, Hani handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Strategy*.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi pemasaran edisi 4. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Wilujeng, S. R., & Edwar, M. (2021). The Impact of Brand Image, Price, and Variety Seeking on Brand Switching Behavior. *Journal of Advanced Multidisciplinary Research*, 2(2), 78.
- Zainurossalamia, S. (2020). Teori dan Strategi Manajemen Pemasaran. *Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja*.

