

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W dan Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS)*, Andi, Yogyakarta.
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Manajemen*, 12 No.1(1), 32–39.
- Afifudin. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen*, Alfabeta, Bandung.
- Alfian B, 2012 Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova PT Hadji Kalla Cabang Polman” yang menyatakan bahwa Citramerek mampu mempengaruhi Keputusan pembelian.
- Anggara, S., dan Oktafani, F., 2021. Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Reddoorz Damanaka. *Proceedings of Management*, Vol. 8 No. 3
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aribowo, Dwi Putra Jati dan Mahendra Adhi Nugroho. 2013. “Pengaruh Trust dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Dengan Menggunakan E-Commerce”. *Jurnal Nominal. FE-UNY Volume 2. Nomor 1.* halaman 11-35
- Armstrong, Garry & Kotler. (2012). *Principles of Marketing*. Edisi 14, Global Edition. Pearson Education.
- Armstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition”, England : Pearson Education, Inc
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Athoillah, Anton. (2010). *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Buchari, A., dan Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung : CV. Linda Karya.
- Buchari, A. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Bandung: Alfabeta*.
- Budiarto, W., & Indrawati, M. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PAL Indonesia (Persero) Surabaya Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajerial Bisnis ISSN 2597 – 503X*, 34–46.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Chandra Wijaya dan Sesilya Kempa. (2018). Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada. *AGORA Vol. 6, No. 2 (2018)*, 6(2), 1–6.
- Del I. Hawkins and David L. Mothersbaugh. 2010. *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill Irwin. New York.
- Erdalina W dan Susi Evanita. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Citra Hand and Body Lotion di Pariaman. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Publik*, 3(1)
- Farida, Umi. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia I., Unmuh Ponorogo*.
- Fatih Imantoro, S. S. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian (survei terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 180.
- Firdayanti, Restika. 2012. “Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce Dengan

- Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion”. *Journal of Social and Industrial Psychology*. FP-UNNES. halaman 1-7.
- Fristiana, D. A. (2012). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada rmai swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3-4.
- George R Terry dalam Afifudin 2013. “Principles of Management”. 5 th Edition. Indonesia: Pearson.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, Edisi Kelima, Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, Hani, T. dkk. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPF.
- Handoko, T. Hani. 2015, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi kedua, Yogyakarta, Penerbit BPPE.
- Harningtyas. (2016). Landasan Teori Karakteristik Jasa. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- Hutt, Michael D. dan Speh Thomas W. (2014) *Business Marketing Management B2B*
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17 (4), 329-339.
- Kepercayaan, P., Terhadap, K., Pembelian, K., & Online, S. (2018). Winter journal**, 1(1), 215–217. <https://doi.org/10.1090/nml/050/92>
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kreativitas Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26.
- Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller L. K. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Pearson.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi : 15e, United States of America: Pearson Education.
- Kotler and Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson: Prentice hall.
- Lubis, Desy Irana Dewi, AND Rahmat Hidayat. "Pengaruh Citra Merek DAN Harga TERHADAP Keputusan Pembelian PADA Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan." *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen* 5.1 (2019).
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Lontaan, M. S. (2016). Pengaruh preferensi pembelian pakaian melalui media sosial terhadap keputusan pembelian pakaian di kota makasar. Undergraduated thesis, Universitas Hasanuddin, 2016.
- Maharani, Astri Dhiah,. 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang (Skripsi), Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. CV Alfabeta. Bandung.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal*

- Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71– 83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Moeed Ahmad Sandhu , Syeda Shawana Mahasan and Asad ur Rehman, 2014. *The Impact Of Brand Image and Celebrity Endorsement On Consumers Purchase Preference for Fashion Product*. *Journal Indian Streams Research*. 4(2): h: 1-10
- Murwatiningsih dan Apriliani, Erin Putri. 2013. Pengaruh Risiko dan Harga terhadap Keputusan Membeli Melalui Kepercayaan. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 4 (13), pp: 184-191
- Musay, F. P., Administrasi, F. I., Brawijaya, U., Perusahaan, C., & Pemakai, C. (2013). Brand image purchase intention, 2,3.
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Oktarini, R., Sunarsi, D., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Wahana Motor Di Wilayah Cianjur. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(2), 291. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i2.11044>
- Pahlevi, A. C., & Hadi, M. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Pantene. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 55–61.
- Patmawati, N. S., & Syarif, R. (2020). Pengaruh Harga , Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Emina Di Mall Kota Kasablanka *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 3 No 3 Bulan November 2020* *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 3 No 3 Bulan November 2020*. 3(47), 73–83.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Putra, R. A. B., Wijayanto, H., & Sumarsono, H. (2022). Pengaruh Word of Mouth (WOM), Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD. Sri Mulyo Agung). *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 115–127. <https://doi.org/10.24269/iso.v6i1.1135>
- Rahmat, H. (2015). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Philips (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University). *Ecodemica*, III(1), 305–310. Retrieved from <https://doaj.org/article/700ed6e64b1941608a3db96cecf2ecd7>
- Ratna Oesman. (2019). 濟無No Title No Title No Title. *BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 2.1 Kajian Pustaka Pada Kajian Pustaka Ini, Penulis Akan Mengemukakan Teori-Teori Yang Berhu*, 9–25.
- Rian, Herdiani, 2012. Pengaruh *celebrity endorser*, *citra merk* Rabbani terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 4 (2): 1- 12
- S. A. Surachman. 2016. “*Dasar-Dasar Manajemen Merek*”, Malang: Bayumedia Publishing..
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: INDEKS.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behaviour*. England: Pearson Education
- Setiadi, Nugroho. 2013. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Group.
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7),2872. <https://doi.org/10.24843/ejmunud>

.2020.v09.i07.p20

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*”, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono., (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*, Bandung, Alfabeta.
- Suharyono, O. A. N., & Kumadji, S. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Trust Terhadap. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) / Vol. 6 No. 2 Desember, 6(2)*, 1–7.
- Sukma, K., Nurcahya, I., & Suryani, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Menâs Biore. *None, 5(7)*, 248538.
- Susanto, Andhika H. 2013. The Influence Of Customer Purchase Decision On Customer Satisfaction and It’s Impact To Customer Loyalty. *Jurnal EMBA, Vol.1 No.4 Desember 2013*.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia
- Windasuri Heria & Hyacintha Susanti. 2016. *Service Excellent*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wulandari, N., & Nurcahya, I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 4(11)*, 244169.
- Zoeldhan. 2012. Pengertian Keputusan Pembelian, (Online), <http://zoeldhaninformatika.blogspot.com/2012/02/pengertian-keputusan-pembelian.html>, diakses 13 November 29012)
- <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-5862910/10-brand-kecantikan-lokal-paling-populer-2021>